



Estrategias de las organizaciones de productores de café frente a los sellos ambientales en la zona de la Reserva de la Biosfera de la Sierra de las Minas, Guatemala.

Proyecto CAFNET

Henri Hocdé
CIRAD ES
Marzo 2009

Agradecimientos

Mis agradecimientos van para todas las personas que se preocuparon y movilizaron para facilitarme el trabajo de esta consulta, la coordinadora del proyecto Cafnet en Guatemala, las personas del Departamento Medio Ambiente de Anacafé, el director de la Reserva de la Biosfera Sierra de las Minas (a pesar de ser ocupado por tareas imprevistas e ingratas como el desalojo de invasores de la Reserva, facilito con rapidez y eficiencia los contactos necesarios y útiles), el encargado del proyecto Cafnet en la zona de intervención (incansable informante sobre la zona, la historia, las familias y productores activos en estos territorios, aguantador de derroches de preguntas, al mismo tiempo que manejaba como chofer irreprochable), el responsable de la FDN en la parte Norte de la Reserva de la Biosfera Sierra de las Minas que sacrifico su fin de semana para llevarme en diversas comunidades indígenas involucradas en la comercialización de café, ejerció sus talentos de traductor y de chofer en caminos excepcionales.

Van también para los responsables de asociación y organizaciones de productores por su paciencia, por su entregue – directo o vía la magia de Internet - de informaciones y explicaciones en una época de cosecha de café poco favorable para el tiempo libre, para los técnicos que acompañan sus esfuerzos y para los responsables de instancias de sello o de verificación entrevistados en la ciudad capital.

Asimismo agradezco a mi colega del Cirad, G. Faure, por haber efectuado una lectura critica del primer borrador e incentivado a perfeccionar la pluma.

Índice

Résumé	5
Resumen	7
Nota preliminar	9
I Misión de trabajo: contexto, objetivo, metodología	9
1.1 El contexto	9
1.2 Actividades impulsadas hasta la fecha por el equipo Cafnet	13
1.3 Objetivo de la consulta	14
1.4 Metodología de trabajo	15
1.3.1 Hipotesis de trabajo	15
1.3.2 Actividades realizadas	15
II Estrategias de las organizaciones de productores frente a los sellos	17
2.1 Las organizaciones encontradas	17
2.2 Elementos de estrategias de comercialización	20
2.2.1 Mercado asegurado, limitante principal es la baja oferta	20
2.2.2 Mercado no asegurado, el limitante principal es conseguir compradores sólidos	22
2.2.3 El sistema de pago	23
2.2.4 Un mismo sueño: relacionarse directamente con un comprador externo.	23
2.2.5 Negociación: paso fundamental y complejo.	24
2.3 Relaciones de las organizaciones con sus miembros	24
2.4 El proceso de certificación	26
2.4.1 Percepción de las OP	26
2.4.1.1 Beneficios percibidos	26
2.4.1.2 Los sellos representan costos sustanciales para estas familias de caficultores pobres	26
2.4.1.3 Tres situaciones diferencian las percepciones de los agricultores sobre los requisitos	26
2.4.2 Certificadora, certificación: los verdaderos tomadores de decisión	28
2.4.3 Dificultades mayores para certificarse	29
2.4.4 Los espacios de discusión y ajustes de los estándares	30
2.4.5 Diversos esquemas de apoyo al aprendizaje de la certificación	31
2.4.6 Percepción de las otras instancias	32
2.5 Amenazas percibidas	33
2.5.1 El poder de quebrar contratos de parte de los intermediarios	33
2.5.2 Cierta des-unión entre organizaciones de productores	34
2.5.3 Fallas de liderazgo y defraudes	34
2.5.4 Limitado concepto de apoyo a las organizaciones de productores	34
2.6 Conclusiones	34
2.6.1 Generales	34
2.6.2 Específicas para CAFNET	35
II Servicios ambientales generados por el café bajo sombra: el caso del agua	37
2.1 Cafnet y los servicios ambientales	37
2.2 Agua en cuenca	37
2.2.1 Una cuenca	37
2.2.2 Situaciones de conflictos de agua	39
2.2.3 Calidad del agua	39
2.2.4 Una solución imaginada por Fondo de Agua: los comités de cuenca	39
2.2.6 Cual es el problema central?	41
2.2.6 Pistas de trabajo	41
2.2.7 Sistemas agroforestales y servicios ambientales	42

III Cafnet-ear: un reto para la Investigación en cuanto a su modo de intervención	43
3.1. <i>Las expectativas respectivas</i>	43
3.1.1. Modo de presentación de los investigadores Cafnet	43
3.1.2. Expectativas de los productores de café	43
3.2. <i>Pasar de dialogo en construcción a mecanismos operativos mas participativos.</i>	43
IV Anexos	45
4.1. <i>Programa de trabajo</i>	45
4.2. <i>Presentación de diferentes organizaciones de productores</i>	47
1.4.1 APODIP	47
4.2.2 ADIPSA	59
4.2.3 Los Albores	63
4.2.4 Finca Esmeralda	66
4.2.5. Entrevista con un productor joven en Hierba buena	69
4.3 <i>Términos de referencia de la misión</i>	71
4.4. <i>La aparición de los sellos en Anacafé</i>	76
4.4. <i>Maya-Cert</i>	77
4.5. <i>Sello UTz Certified</i>	77
4.6. <i>El proyecto Gobernabilidad ambiental del MARN/PNUD</i>	78
4.7. <i>Bibliografía consultada</i>	79
4.9. <i>Acrónimos</i>	79

Résumé

La mission effectuée s'inscrit dans les activités du projet CAFNET et traite de la composante qui analyse les stratégies des organisations de producteurs de café face aux processus de certification prenant notamment en compte la dimension environnementale (Café biologique, Fair Trade, Rain Forest Alliance, Café Practice de Starbucks, UTz Certified, Nespresso). Au cours de la mission qui s'est déroulée du 16 au 28 février 2009, des caféiculteurs, trois organisations de producteurs, un producteur-intermédiaire-vendeur-entrepreneur, quatre organismes de certification ont été rencontrés. Des sessions de travail avec les porteurs de Cafnet au Guatemala (Anacafé, Défenseurs de la Nature) et la coordination régionale et internationale ont eu lieu. Une restitution des résultats de la mission auprès de personnes de Anacafé (les invités des autres institutions n'ont pu se déplacer) s'est déroulé le dernier jour. Il en n'est pas ressorti de suggestions opérationnelles immédiates pour une suite des travaux (rappelons que le projet vient réellement de démarrer il y a quelques mois).

Le site d'intervention de Cafnet au Guatemala s'adosse à un massif montagneux s'élevant à 3 000 m déclaré Réserve Nationale en 1990 (RBSM). Ce choix situe d'emblée l'importance stratégique de la zone tampon que constituent les caféières sous ombrage vis-à-vis de l'étage supérieur. Mais aussi vis-à-vis de la partie inférieure du bassin versant. En ce sens, Cafnet surgit comme une opportunité pour ses porteurs institutionnels que sont ANACAFE et la FDN. Le site d'intervention retenu est minuscule au regard de toute la Réserve (1 bassin versant sur 82) et au sein de celui-ci un seul secteur est concerné (les producteurs de café) et au sein de celui-ci, les caféiculteurs familiaux installés dans sa zone centrale.

Le volume total de café, les surfaces plantées, le nombre de producteurs est infime (10 000 qq pergamino, 600 Mz, 150-200 producteurs). En conséquence, les organisations de producteurs [OP] sont peu nombreuses. La mission a élargi son exploration à la zone nord de la Réserve où fonctionne depuis quelques années une organisation de producteurs à plus large échelle géographique et s'appuyant sur une petite trentaine de communautés indiennes (1300 familles). Les différences entre le Nord et le Sud de la RBSM sont très nettes à tout point de vue ; les effets de l'accès au marché (via FLO) y sont plus marqués.

Pour ces organisations, la certification et de l'adaptation aux normes de qualité n'est pas le thème qui arrive en tête de leur agenda. Pour celles qui commercialisent du café de qualité « conventionnel », la question centrale est l'accès au marché, la garantie de traiter avec un interlocuteur commercial solide ; leur rêve étant de traiter directement avec l'acheteur externe. Pour celles qui vendent du café biologique et commerce équitable, leur facteur limitant est la production insuffisante pour mieux satisfaire un marché qu'elles maîtrisent pour l'instant. Contrats, négociation sont déterminants.

Le choix des marchés (relation privilégiée avec acheteurs externes sur des marchés de niche versus avec exportateur national) conditionne le type de certification (biologique et FLO versus Starbucks). Les premières se montrent plus exigeantes que la seconde.

Une des questions épineuses pour les OP qui détermine leur mode de relation avec leurs acheteurs, avec leurs membres et joue sur leur fonctionnement interne est le mode de paiement. Plus l'OP est en mesure de proposer à ses adhérents des paiements échelonnés sur l'année, plus elle pourra accroître sa performance générale. Ceci renvoie à leur capacité économique.

L'analyse du seul composant « normes » trouve rapidement ses limites puisque la réalité fait apparaître un ensemble composé de trois piliers imbriqués qui jouent en permanence : force de l'OP x accès au marché x qualité du produit (normes et processus).

Enfin, sur un plan technique, le défi est de taille : dans un environnement délimité par une Réserve, dans un contexte de forte pauvreté, augmenter les rendements d'une caféiculture conduite en mode biologique et/ou avec très peu d'intrants d'origine externe.

La notion de l'adaptation aux normes n'est qu'un des volets de Cafnet. L'hypothèse que les systèmes agroforestiers à base café génèrent des services environnementaux procurant des rentrées économiques aux caféiculteurs est une vue encore toute théorique que la réalité se charge de ne pas concrétiser. Pour aborder ce point, un thème particulier a été retenu, l'eau. Une toute première esquisse de sa problématique dans le bassin versant du site d'intervention est entamée. Son objectif est de contribuer à cerner les questions qui font sens de façon à préciser les données pertinentes que la Recherche pourrait/devrait produire. Pour ce qui concerne la zone Rio Hato, se fixer comme objectif à terme la mise en place d'un bassin versant à haute qualité environnementale serait plus attractif pour l'ensemble des acteurs concernés que la contribution des seuls systèmes agroforestiers à base café à la gestion de l'eau du territoire.

Tout en étant dans une phase de démarrage, les activités 2009 sont déjà programmées. Ceci laisse une marge aux porteurs Cafnet Guatemala pour formuler des propositions d'action sur ce thème, en interaction avec l'auteur du document et la coordination Cafnet. Dans l'immédiat, il serait souhaitable que la proposition d'organiser au Costa Rica fin 2009-début 2010 un atelier d'échanges entre organisations de producteurs sur leurs stratégies de commercialisation face aux normes et aux certifications inclut la participation de représentants des trois organisations de producteurs de la RBSM concernées.

Resumen

En el marco del proyecto Cafnet se realizó esta misión que trata del componente “análisis de las estrategias de las organizaciones de productores frente a los procesos de certificaciones que toman en cuenta la dimensión ambiental (café orgánico, Fair Trade, RainForest Alliance, Café Practices de Starbucks, UTz Certified, Nespresso). Durante el periodo de esta misión (16 al 18 de febrero 2009), se entrevistaron varios caficultores, tres asociaciones de productores, un productor-empresario-negociante, cuatro agencias certificadoras. También fueron organizadas sesiones de trabajo con los portadores guatemaltecos del proyecto (Anacafé, Fundación de los Defensores de la Naturaleza), con la coordinación regional e internacional del proyecto. Una restitución de los resultados preliminares de la misión se dio el último día (solo Anacafé pudo participar). No se menciona, al salir de esta retroalimentación, sugerencia de tipo operativa referente a los trabajos por venir (recuérdese: el proyecto está recién iniciando).

El sitio de intervención de Cafnet en Guatemala está pegado a una sierra que se eleva hasta los 3000 m de altura y que fue declarada Reserva Nacional en 1990 (RBSM). Esta selección demuestra la importancia estratégica del espacio cultivado en café bajo sombra y su efecto amortiguamiento en respeto a los pisos superiores así como hacia los inferiores. En este sentido, Cafnet surge como una oportunidad para sus portadores institucionales, Anacafé y FDN. El sitio de intervención es minúsculo en comparación con el universo de la Reserva (1 cuenca de un total de 82); en este, un solo sector está involucrado (el sector cafetalero); en este, solo las familias productoras de café de la parte central se muestran activas.

El volumen total de café, las áreas sembradas, la cantidad de productores es reducida (10 000 qq pergamino, 600 Mz, 150-200 productores). Por lo tanto, el número de organizaciones de productores (OP) es limitado también. La misión amplió su exploración hasta la parte Norte de la RBSM donde funciona desde algunos años una organización de caficultores con mayor cobertura geográfica, abarcando a unas 26 comunidades indígenas (1 300 familias). Las diferencias entre la parte Norte y Sur de la RBSM son bien marcadas. Los efectos del acceso al mercado (vía FLO) son más fuertes.

Para estas organizaciones, la certificación y la adaptación a los estándares de calidad no representan su primera preocupación. Para aquellas que comercializan café “convencional” de calidad, la pregunta central es el acceso al mercado, la garantía de trabajar con un interlocutor comercial sólido; su sueño es de trabajar directamente con un comprador externo. Para aquellas que venden café orgánico bajo el sello Fairtrade, el factor limitante es el volumen insuficiente para satisfacer un mercado que, por el momento, están dominando. Contratos, negociaciones son elementos claves.

El tipo de mercado seleccionado (relación privilegiada con compradores externos versus con exportadoras nacionales) condiciona el tipo de certificación requerida (café orgánico y Fairtrade versus Starbucks). Las primeras son más exigentes que la segunda.

El modo de pago a sus miembros constituye un dolor de cabeza para las organizaciones de productores e influye sobre su relación con los compradores y también sobre su modo de funcionamiento interno. Cuanto más ella puede anticipar pagos escalonados a sus miembros, más logros podrá alcanzar. Es decir el peso importante que juega su capacidad económica.

El análisis del solo componente “estándares” se topa rápidamente con sus límites. La realidad obliga a tener la mirada siempre puesta sobre tres componentes fuertemente imbricados de un mismo conjunto y que se mueven de manera permanente: fuerza de la OP-acceso al mercado-calidad del producto (sello y proceso).

Finalmente, a nivel técnico, el reto es considerable: aumentar los rendimientos de una caficultura bajo manejo orgánico y/o con un mínimo de insumos de origen externa, en un entorno delimitado por la presencia de una Reserva y en un contexto de (extrema) pobreza.

La adaptación a los estándares constituye solo uno de los componentes de Cafnet. La hipótesis que los sistemas agroforestales con café ofrecen servicios ambientales generando ingresos económicos a los productores es una noción todavía teórica que por el momento la realidad se encarga de contradecir. Para tratar la noción de servicios ambientales, tomamos el ejemplo del agua; hemos sobrevolado y esbozado la temática del agua en la sub-cuenca. El objetivo era contribuir a delimitar las preguntas que tienen sentido para todos con vista a precisar los datos realmente relevantes que la Investigación podría/debería generar. Referente al río Hato, hablar de cuenca con alta calidad ambiental podría ser, para Cafnet Guatemala, una meta atractiva y más abarcadora que la sola contribución de los sistemas agroforestales con base a café al manejo del agua de la cuenca.

Cafnet esta en su fase de arranque y sus actividades 2009 estan programadas. Esto da una margen de acción para los portadores Cafnet Guatemala para formular propuestas de trabajo sobre el tema referido, en interacción con el autor del informe y con la coordinación de Cafnet. En lo inmediato, se propone organizar en Costa Rica para finales de 2009 o inicio de 2010 un taller de intercambio entre organizaciones de productores sobre las estrategias de comercialización de las organizaciones de productores frente a los sellos; seria muy oportuno que se incluya la participación de representantes de las tres asociaciones de productores de la RBSM referidas (Albores, Adipsa, Apodip).

Nota preliminar

El documento consta de tres partes, como lo señala mas arriba el índice. Si hubiera respetado estrictamente los términos de referencia “analizar las posiciones de los productores y de sus organizaciones así como sus estrategias frente a las certificaciones ambientales propuestas”, el documento se hubiera limitado a su primera parte. Habiendo tenido el privilegio de acompañar la coordinación internacional y regional de Cafnet en Guatemala, participé en diversas reuniones de tipo institucional que me dieron la oportunidad de compenetrarme de ciertas intimidades del proyecto Cafnet en Guatemala. Consideré que podía ser útil para el proyecto plasmar en el documento algunas reflexiones sobre temas de importancia para Cafnet (que se entrelazan fuertemente): i) la noción de servicios ambientales, ii) el modo de intervención de la investigación. Tampoco quise entrar en sugerencias y/o recomendaciones muy puntuales o detalladas. Queda a la libertad de cada uno ver el interés de profundizar lo que fue iniciado.

I Misión de trabajo: contexto, objetivo, metodología

1.1 *El contexto*

El sitio de intervención de Cafnet en Guatemala (la sub-cuenca del Río Hato en el municipio de San Agustín Acasaguastlán, El Progreso) se ubica en la zona de la Reserva Biosfera de Sierra de las Minas (RBSM). Esta zona no aparece como una de las zonas altamente productoras de café en Guatemala. Ni tampoco como una zona con alta presencia de organización de productores. Creada en 1990, la RBSM es una de las fuentes/reservas de agua más importante del país. Ubicada entre dos ríos importantes (Polochic y Motagua), se extiende sobre una longitud de 130 km con 10-30 km de ancho y se eleva hasta 3000 m. El valor económico del agua de la Sierra de las Minas es importante: abastecimiento en agua potable a la mitad de las municipalidades de la Sierra, generación de energía con hidroeléctricas, funcionamiento de agroindustrias del valle de Motagua, uso para el riego de cultivos en el valle de Motagua y para los productores de las laderas.

Los portadores guatemaltecos del proyecto Cafnet son FDN, instancia encargada de la administración de la RBSM y Anacafé, “entidad de derecho público, no lucrativa, constituida por los caficultores de la República y con personalidad jurídica, institución gremial de los caficultores, dedicada a facilitar la unidad y el desarrollo de la caficultura, prestando servicios de calidad en un mercado libre, efectiva en el corto plazo y auto sostenible en el largo plazo”¹. Para el primero que no había incursionado en áreas de café y las ve como un soporte de conectividad y biodiversidad, el objetivo de Cafnet es contribuir a proteger la reserva RBSM; para el segundo es una oportunidad para ampliar su cobertura geográfica (hasta la fecha, no intervenía en la zona donde opera Cafnet). La temática de trabajo “los sistemas agroforestales en base a café proporcionan servicios ambientales que pueden generar ingresos para las familias productoras” les interesa altamente. Es una oportunidad para ambas instituciones de trabajar juntos, para llevar sus nombres a las comunidades.

Por un conjunto de razones el proyecto Cafnet inicia tarde en comparación con Nicaragua y Costa Rica, arranca en septiembre 2008 con talleres de lanzamiento oficial, en la sede nacional de Anacafé y en el sitio de intervención. Entra realmente en operación en la zona en diciembre 2008.

En la región de la RBSM, la parte occidental (ver fig 1) y Norte de la RBSM producen mas que la parte Sur. Desgraciadamente, no tuve tiempo para juntar los datos de producción, de superficies y

¹ Fuente: <http://portal.anacafe.org>

de caficultores². Parte Norte y Sur de la RBSM corresponden a 2 mundos totalmente diferentes (ver fig 2): mundo indígena en la primera, hispano-ladino en la segunda con poca comunicación entre los dos. Mayor presión demográfica, mayores precipitaciones en la parte Norte generan mas conflictos de tenencia de tierra, mas presión sobre la Reserva (e invasiones con talas de bosque), mas inundaciones y derrumbes. En la parte Sur, incendios, escasez del agua en periodos críticos para abastecer en agua potable a los centros poblados ubicados en el valle de Motagua y en agua de riego a la agricultura del valle son la preocupación mayor de los administradores de la Reserva.

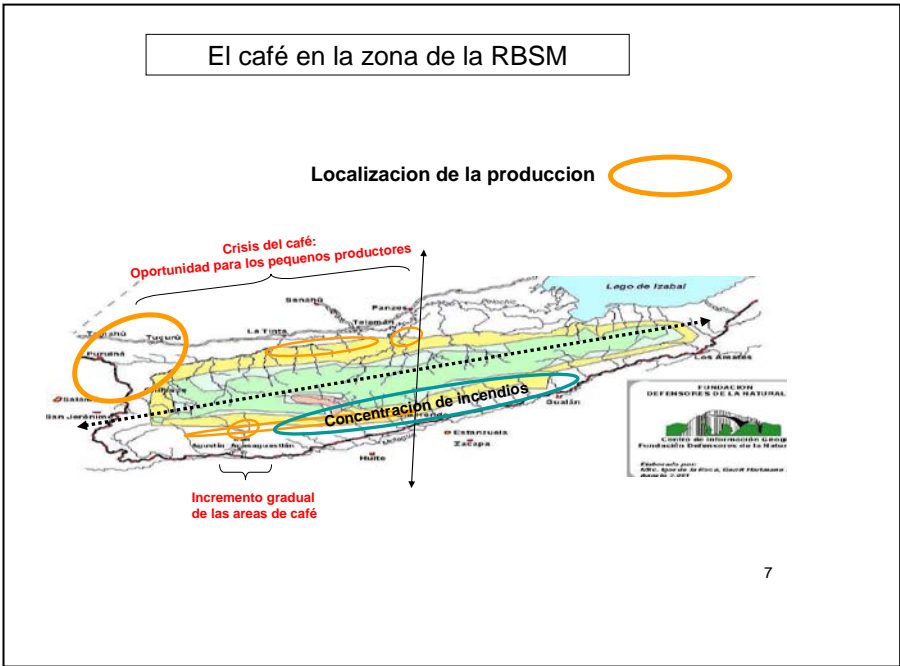


Figure 1 Las zonas productoras de café en la RBSM

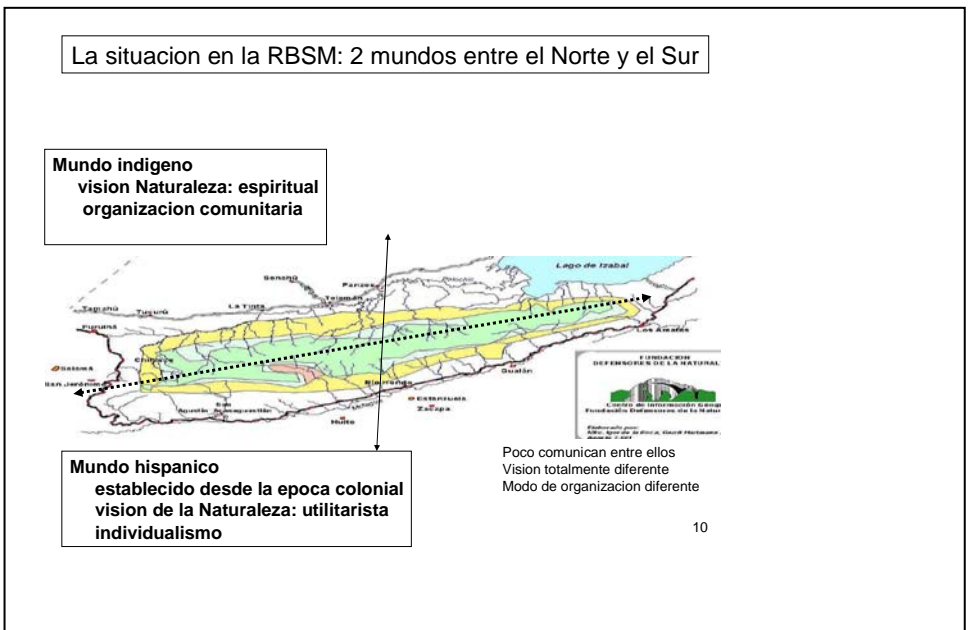


Figure 2 **RBSM: dos mundos**

² La zona RBSM corresponde a 4 departamentos diferentes: El Progreso, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chiquimula. Entonces hay que recuperar los datos de las oficinas de Anacafé que abarcan dichos departamentos. Recordando que Anacafé recién está entrando en el Progreso.

Como en todo Guatemala, el café se cultiva bajo sombra. En la parte Norte, la crisis cafetalera de los años 2000, provocó la quiebra de una cantidad de fincas cafetaleras ubicadas en zona de bajura (< 300 m). La intervención del Estado facilitó la repartición de estas tierras entre los colonos (ex trabajadores de estas fincas) bajo diferentes modalidades (ECA Empresas campesinas agrícolas, fincas comunitarias, ...). Por otro lado, la introducción de mercados de café de calidad puede convertirse en una oportunidad para los campesinos indígenas que con el tiempo migraron hacia las partes altas de la Sierra (> 1 000m), viven en situación de (extrema) pobreza y cultivan un café “a la mano de Dios” (calificando por lo tanto como café orgánico). A estas alturas, los únicos cultivos posibles son el café y el cardamomo³, situación que les obliga a buscar parcelas abajo para sembrar el cultivo básico para ellos (desde el punto de vista alimentario, cultural, espiritual), el maíz.

Tanto para el Sur como para el Norte de la RBSM, las zonas de café bajo sombra pueden constituir una zona de amortiguamiento “buffer” que protege la Reserva. Sin embargo, en la parte Norte, debido a la presión demográfica fuerte y al interés económico del café, los agricultores pueden ser tentados para sembrar más café (y cardamomo) talando bosques de la Reserva. Dilema fuerte para la FDN.

La sub-cuenca del Río Hato es una de las 33 microcuencas de la parte sur de la RBSM de un total de 82 que cubren toda la Reserva (ver fig 3 del IV Plan maestro 2009-2013). A su vez la sub-cuenca del Río Hato, ubicada dentro del municipio de San Agustín Acasaguastlan⁴ tiene una extensión de 19 786 ha (46% del municipio) con un rango altitudinal que va de 900 a 2 900 m (R. del Cid, C. Tot). El municipio tiene una población de 33 000 habitantes⁵, cuenta con una cabecera principal, 22 aldeas, 52 caseríos y 10 fincas. El Río Hato es largo de 22 km. Los principales cultivos de la sub-cuenca son: i) en la parte baja frutales (mango, chico, zapote, mazapan, mamey, pacaya), ii) en la parte media frutales, maíz, frijol, caña, iii) en la parte alta café, cardamomo, algo de hortalizas y bosques.

Las diversas zonas de la cuenca se distinguen:

- 400 - 800 m: bosque espinoso seco
- 600- 1200: granos básicos, hortalizas
- 900 - 1800 m: zona productora de café (con mayor presencia café entre 1200 y 1700).

Esta se podría, a la vez, sub-dividir en 3 sub-zonas

- | | | |
|-----------|-----------------------------|-------------------|
| ▪ Baja | periodo de cosecha del café | octubre-diciembre |
| ▪ Mediana | | diciembre-febrero |
| ▪ Alta | | enero-abril |

- 1800-2000 m: bosque
- 2000-2500 m: zona de amortiguamiento de la RBSM
- 2500-2600 m : zona de uso sostenible RBSM
- 2600-2900 m: bosque nuboso RBSM

(ver fig 2 del documento caracterización de la sub-cuenca del Río Hato. R. del Cid, C. Tot)

Por supuesto, diferentes ríos cruzan la cuenca. En la parte central corre el principal, el río Hato que se beneficia de los aportes del Río Timiluya y, en la parte inferior, del río Aguahiel (fig 3).

³ Guatemala es el 3er país exportador de este producto.

⁴ Lugar de garzas

⁵ Es el más poblado de todas las cuencas de la parte Sur.

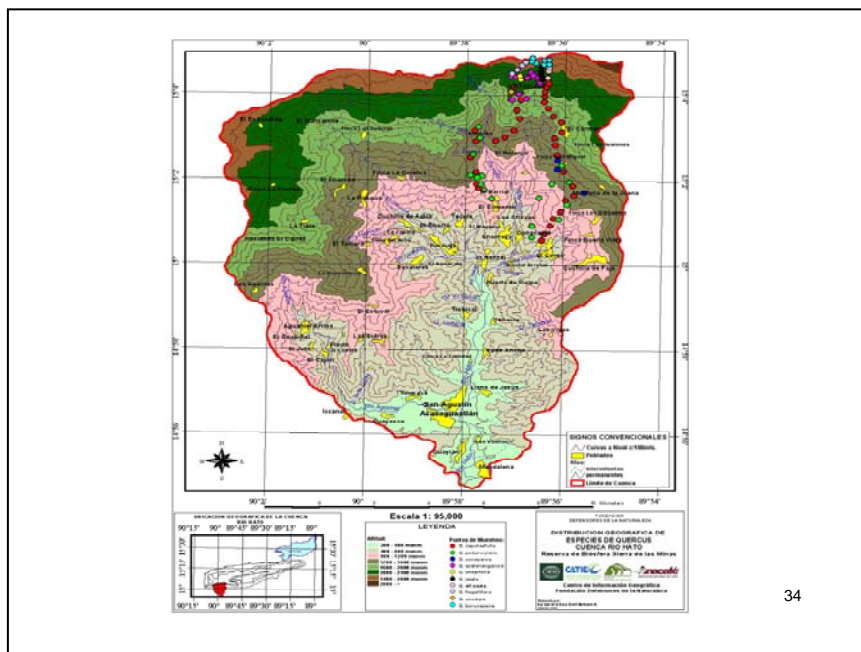


Figure 3 La cuenca

El documento “caracterización de la sub-cuenca del Río Hato, RBSM San Agustín Acasaguastlan”. Proyecto Cafnet (R. del Cid, C. TOT FDN diciembre 2008)” reporta los datos siguientes: pastos naturales (24 ha), hortalizas (60 ha), granos básicos (1 098 ha), cultivos perennes (203 ha), café (290-350 ha), bosque (18 010 ha). Habla de unos 200 productores de café, menciona que la cuenca produce 12 000 qq pergamino y sin embargo del municipio de San Agustín sale, según otros informantes, unos 45 000 qq !!

La parte baja del municipio de San Agustín ha sido considerada como la huerta de Guatemala por su potencial horticultura.

En la parte alta, la llamada “montaña” era en los años 1950 una zona de ganadería, frutales y algo de hortalizas. Zona de frontera agrícola, con talas, roza y quema. Al darse cuenta que los granos básicos no eran rentables, los agricultores expandieron poco a poco los potreros. En los 60’s inicio el café en la zona de los Bálsamos; de ahí se fue hacia Los Albores y las Delicias, la Montanita. *“Mi abuelo llego en 1944 con cabras (ni las vacas podían llegar!) para hacer ganadería y hortalizas; mi papa sembró café en 1970 y el nieto está pensando en renovar y mejorar cafetales⁶”*. Al inicio, *“el café era solo sembrar y cosechar”*. Después entraron los fertilizantes, herbicidas y pesticidas⁷.

Hoy algunos estiman que la cuenca presenta alrededor de 600Mz de café y hablan de la poca organización del sector cafetalero: *“El sector nuestro es muy desorganizado con muchas diferencias, grandes productores, pequeños, medianos, intermediarios que se hicieron cafetaleros, cafetaleros que si hicieron intermediarios”*.

Los nexos familiares, en la parte central de la sub-cuenca, son importantes, *“la parte caficultura de arriba (las Delicias, Albores, Carmen) son Albizures, son toda mi familia (mas los del Cid, los Mendez, los Toledo) y esta parte caficultora se presta mas a estudiar y es la que avanza mas. Por esto, cuando buscamos grados universitarios, ahí los encontramos. Por ejemplo, el técnico actual de Anacafé trabajo en ADIPSA, es de los cuadros formados por ADIPSA. Es resultado de la formación de los cuadros”*.

⁶ No es raro encontrar cafetales que no conocieron una poda desde 30 años o mas.

⁷ Por falta de tiempo, no pude recabar una información suficiente para cuantificar el uso de estos tipos de insumos.

Las superficies de café crecen paulatinamente (los productores siembran anualmente una área adicional conforme a su disponibilidad económica). Es siempre café bajo sombra (*chilum, cuchim, cuje ...*)⁸. Entonces el aumento de área de café significa automáticamente el incremento de cobertura arbórea.

Por otro lado, en algunas áreas de la cuenca, hace unos 20 años agricultores dejaron crecer en sus guaimiles una regeneración natural de árboles, lo que se traduce en el paisaje de hoy por parches de árboles de porte alto (el mas reconocido siendo tal vez el liquidámbar/bálsamo). Otras han sembrado pinos, ciprés⁹.

Hace pocos años (2006), apareció una nueva enfermedad del café para la zona, el ojo de gallo. Los años anteriores fueron marcados por mucha sequía, los productores no reportaron tal enfermedad. Ciertos productores perdieron hasta 40 % de su cafetal sin saber que hacer; hicieron ensayos sin ver resultados. EL ojo de gallo viene del Este hacia el Oeste, unos todavía no lo han “recibido”; se desarrolló con la crisis del café; fincas grandes abandonaron sus cafetales, no lo manejaron, se desarrolló el ojo gallo. La broca del fruto entro fuerte en los años con inviernos fuertes. También se mencionan nemátodos.

El Progreso es una región abandonada en relación con la asistencia técnica en café. A raíz de demandas de caficultores, Anacafe decidió ampliar su cobertura geográfica, trabajando con productores grandes, pequeños, medianos, organizados o individuales.

Según los técnicos especialistas en café, la caficultura en la sub- cuenca es tradicional, empírica. Aceptar nuevas tecnologías no hace parte de la cultura de la gente a quien le cuesta aceptar la tecnificación del café “ *Podar mi cafetal por ser una plantación muy vieja! Porqué? Si con lo poco que cosecho ni la voy a cosechar entonces ! Yo pasé 3 años pensando en podar, no me decidía, hasta que un día llega la enfermedad.*”

1.2. Actividades impulsadas hasta la fecha por el equipo Cafnet

El equipo Cafnet Guatemala ha conducido en el año 2008 las actividades siguientes:

Fechas	Actividades
- 30 mayo 2008	Firma de Convenios de Cooperación con FDN
- 30 junio 2008	Firma de Convenios de Cooperación con Anacafe
- 1 ago. 2008	Contratación del Coordinador CAFNET/ANACAFE
- 11 ago. 2008	Contratación del Técnico de CAFNET/FDN
11 sept. 2008	Inauguración Oficial del Proyecto; Sede: Anacafe Participantes: FDN, Nescafé, FAUSAC, UTZ Certified,
Ago.- Sept. 2008	Tesis Ph.D. C. Cerdán: “Conocimiento local sobre café y sombra.”
24 sept. 2008	Lanzamiento oficial del proyecto en el área de acción: “Taller Introductorio”; Finca Los Bálsamos (J.Ramírez) 27 Participantes: FDN, FAO, ANACAFE, FAO-Pesa, MAGA, ADIPSA, MARN, Propietarios de Fincas, Asociación Albores, Muni San Agustín.
9 oct. 2008	Taller de Servicios Ambientales; J. Haggar
16 oct. 2008	Taller de selección de criterios de parcelas demostrativas Sede: San Agustín Acasaguastlán; 10 Participantes

⁸ Aunque en una nueva plantación, la siembra de los dos puede ser efectuada a la misma época, dejando ver que en los primeros años el café crece a pleno sol.

⁹ Cuantificar este fenómeno sería interesante y no muy complicado con el sistema de información geográfica que dispone la FDN.

29 oct. 2008	Taller de Formación del Comité Local; Sede: San Agustín 12 Participantes: ANACAFE, MARN, MAGA, PESA, ADIPSA, Oficina de A y RR NN municipalidad de San Agustín, Asociación Albores
21 nov. 2008	Taller de “Sombra en Cafetales” por E. de Melo, parte teórica. Sede: San Agustín Acasaguastlán 12 Participantes: ANACAFE, ADIPSA, CONAP, caficultores
24-25 nov. 2008	Taller de “Validación de Parcelas Agroforestales” por E. de Melo, parte teórica y práctica Sede: San Agustín Acasaguastlán y Finca Los Bálsamos 18 Participantes: Caficultores, CONAP, ADIPSA, Asociación Albores, ANACAFE
Nov 2008	Proceso de Contratación del nuevo Coordinador proyecto CAFNET/ANACAFE
11 Dic. 2008	Taller de “Identificación de Proyecto para el Fortalecimiento de la Caficultura en la Cuenca el Hato” (CAFNET-ADIPSA)
16 Dic. 2008	Presentación del proyecto CAFNET ante el Consejo Municipal de desarrollo de San Agustín Acasaguastlán.
17-23 Dic. 2008	Levantamiento de Parcelas para la Validación de prácticas Agroforestales en la cuenca el Hato
26-30 Dic. 2008	Tabulación de datos recolectados en campo
Dic. 2008	Asignación a FDN y reparación de vehículo para el proyecto CAFNET

La llegada de Cafnet tiene objetivos ambiciosos, pero gran parte de los productores lugareños quieren ver estas intenciones reflejadas en hechos, resultados, evidencias.

1.3. Objetivo de la consulta

General

Analizar las posiciones de los productores y de sus organizaciones así como sus estrategias frente a las certificaciones ambientales propuestas (indiferencia, interés, aceptación, apropiación, adaptación, ajustes, dificultades encontradas para desarrollarlas, etc...)

Específicos:

- Tener una visión de la problemática general de la RBSM y, en particular, del posicionamiento de las organizaciones de productores [OP] frente al papel de la caficultora y en respeto a su contribución a la producción de servicios ambientales
- Identificar las Organizaciones de productores existentes en la RBSM
- Ubicar la problemática de la microcuenca de Río Hato dentro del marco global de la RBSM y de la estrategia:
 - de los encargados de esta Reserva (en particular Defensores de la Naturaleza)
 - de la diversidad de actores que proponen servicios ambientales. Con énfasis en la participación de las OP
- Identificar y analizar las dinámicas de adopción de sellos en la cuenca del río Hato, zona piloto del proyecto CAFNET

- Caracterizar y analizar las estrategias de los productores y de los actores de la agrocadena de café en la zona de estudio frente al proceso de certificación
- Examinar elementos de respuestas al interrogante del evaluador de la UE (sept 2008) de Cafnet sobre la estrategia para reforzar la capacidad de los actores para que apropien de los resultados del proyecto y consigan mejores remuneraciones”

1.4. Metodología de trabajo

Antes de realizar la misión, se redactaron términos de referencia (ver anexo 4.3), los cuales fueron transmitidos para su validación a los diferentes miembros del equipo Cafnet y a la coordinación regional centroamericana.

1.3.1 Hipotesis de trabajo

Tres hipótesis de trabajo, interconectadas entre ellas, fueron elaboradas (ver anexo 4.3).

Hip 1.

La RBSM cuenta con una diversidad de OP en toda su zona de amortiguamiento. Resulta importante conocer la existencia de estas OP, su dinámica y sobre todo sus estrategias. Se podría:

- ubicar las OP de la cuenca Río Hato en comparación con ellas
- afinar la estrategia de intervención de Cafnet
- comparar con las dinámicas de las OP de los sitios de intervención Cafnet en los 2 otros países centroamericanos.

Hip 2.

El tema de las normas/sellos (aparición, introducción, implementación) es un asunto de los no-agricultores, un asunto “externo y “ajeno”. Puede ser también que otros mecanismos sean para ellos mas incitativos (el sistema de fondo de agua, el sistema de reforestación, ..) es decir incentivos que no sean totalmente ligados a la caficultura ni a la calidad del café a través las normas.

Por lo general, la mayoría de los estudios reflejan puntos de visto de los “otros”, los “no-agricultores”. Esta misión ayudara a tener un poco mas clara la visión de los agricultores

Hip 3.

En tal contexto, certificar se vuelve un asunto de los compradores. Cada quien va con su sistema. Para algunos vendedores y exportadores (o importadores de café) la zona de amortiguamiento de la reserva RBSM representa una cantera donde pueden abastecerse con café de buena calidad y, así, ocupar mejores espacios en los mercados, vendiendo las imágenes de una RBSM. A una escala bien menor, algunas OP respaldadas con algunas instituciones de apoyo llevan el mismo pensamiento: puede ser una oportunidad y hay que aprovecharla.

1.3.2. Actividades realizadas

Las actividades se desarrollaron en 2 tiempos: i) acompañar (y juntarme a) una visita de apoyo de la coordinación general y centroamericano del Cafnet; esto me permitió interiorizar los objetivos de las instituciones portadores, conocer las modalidades de acción de las instancias ad-hoc Cafnet recientemente constituidas y tener una primera aproximación de la visión y estrategias de productores de café, ii) detallar el funcionamiento de las organizaciones de productores de la RBSM involucradas en la comercialización de café.

Muy concretamente, decidí salir del marco estricto de la cuenca del Río Hato, para tener una visión global de la producción de café en la zona de la RBSM y particularmente del accionar de las organizaciones de productores para después regresar al caso de esta cuenca.

El programa de trabajo se detalla de la manera siguiente (ver el programa exacto en el anexo 4.1):

- Sesiones de trabajo con
 - Anacafé
 - Virginia Aguilar (departamento Medio Ambiente), Edgar Lopez (ex-encargado de los sellos)
 - el equipo nacional: Lucrecia, Beatriz, F. Anzueto, ..
 - El Director Regional de Coban
 - El técnico Anacafé para San Agustin
 - FDN:
 - Cesar, Igor, Carlos (Fondo de Agua)
 - El equipo CAFNET
 - En bilateral
 - » Alma (coordinador nacional), Elias (coordinador regional), Philippe V. (coordinador internacional)
 - » Rudy (muchos kilómetros en buenos y malos caminos)
 - Colectivamente:
 - » Taller diagnostico integral de finca en San Agustin
- Visitas de productores (y parcelas, desgraciadamente demasiado pocas), incluyendo a un cañero.
- Entrevistas con
 - responsables de OP: ADIPSA, Los Albores, APODIP
 - Empresario de San Agustin: Don Jesus
 - Representantes de instituciones no gubernamentales de apoyo: Forestrade
 - Representantes de sellos, certificadores
 - UTz Certified, RainForest Alliance, Mayacert, FIIT
 - Representantes del Proyecto « fortalecimiento de la gobernabilidad ambiental antes los riesgos climáticos” del MARN/PNUD

II Estrategias de las organizaciones de productores frente a los sellos

2.1 Las organizaciones encontradas

En la sub-cuenca del Río Hato, que contabiliza unos 200 productores de café y una decena de fincas cafetaleras, funcionan dos asociaciones de productores, ADIPSA y los Albores. A estas dos, sumamos el caso de un empresario social, productor y comercializador de café, líder religioso y actor importante y reconocido en la sub-cuenca. Agregamos una cuarta organización, APODIP, ubicada en la parte Norte de la RBSM. A pesar de no estar presente en la zona de intervención de Cafnet, conocer y analizar el funcionamiento, los resultados, logros y el proceso de formación de una organización de mayor tamaño, envergadura es productivo. Otro argumento para incorporarla en el análisis es que APODIP y ADIPSA se conocen, trabajan juntos sobre aspectos particulares (por ejemplo, elaboración de plan de negocios), intercambian y comparten posiciones.

Los anexos 4.1, 4.2, 4.3, 4.4 reportan parte de las entrevistas realizadas con dichas organizaciones.

Organizaciones de productores	Fecha creacion	Membresia	Tipo café	Sello	Factor limitante principal
APODIP	Oct 2003	26 comunidades 600 productores	Natural	-Organico - FLO	Insuficiente producción
ADIPSA	1994	20-21	Organico	-Organico - FLO	Insuficiente producción
Los Albores	2004	22	convencional	- Starbuck	Ausencia de un comprador externo
Don Chus	1988	150 familias	Diverso	abandono	

Cuadro 1 Las organizaciones de caficultores entrevistadas

Organizaciones de productores	Volumenes de café comercializados	Compradores externos principales	Comprador nacional (exportadora)
APODIP	13 contenedores	- Royal Coffee USA - ICC USA - DR Wakefield Inglaterra - Alanheri Holanda - Alanheri Belgica - TradeAid New Zealand	
ADIPSA	1.5 C	ELAN organic coffees USA	
Los Albores	3 500 qq + 3000 qq		CAFCOM
Don Chus	3 000 qq + 5 000 qq + 16 000 qq		Oro Café Unex Otras

Cuadro 2 Volúmenes de café manejados por las organizaciones de caficultores entrevistadas

Vemos que la cantidad de café exportado por APODIP, ADIPSA, los Albores puede sumar una cantidad poco significativa, 13 500 qq, es decir el equivalente de lo que produce una buena finca cafetalera de 350-400 ha. Solo que en termino de familias beneficiadas y de impacto territorial, el saldo es altamente positivo.

APODIP

La Asociación de productores orgánicos para el desarrollo integral del Polochic¹⁰ es el producto elegante de los esfuerzos de Forestrade. Esta ONG inicio sus trabajos en Guatemala (Coban) en 1998 especializándose en la comercialización de cardamomo, pimienta gorda, nuez de ramón, café bajo el sello orgánico y comercio justo. Bajo el impulso de FLO, propicio la creación de APODIP en noviembre 2003. Durante el año 2007, oriento parte de sus actividades para lograr en 2008 el desligamiento de APODIP y permitir a esta asociación de productores volar con sus propias alas.

APODIP es integrada por 1300 familias de pequeños productores de café perteneciendo a 26 comunidades ubicadas en las partes altas de las cuencas Polochic y Matanzas. Junta Directiva y Asamblea General descansan sobre un comité de comercialización en cada comunidad miembro. La responsabilidad de estos 26 comités consiste en:

- Velar por el cumplimiento por los socios de las normas de producción orgánica
- Realizar ante APODIP las gestiones de las necesidades que surgen del comité
- Acopiar el café de los socios, traerlo a las bodegas de APODIP, recibir y pagarle a cada socio lo que le corresponde y darle al técnico la planilla ya firmada por los socios.

APODIP elaboro un plan de negocios, el cual fija metas para 2013. Asunto de comercialización de café, prevé exportar unos 20 contenedores de café orgánico bajo el sello de comercio justo.

Ciertos califican el conjunto Forestrade-APODIP como el caso vivo del impacto de los sellos, como el ejemplo mas claro del valor de la certificación conectada con un mercado especializado.

ADIPSA

Creada en 1994, la Asociación de desarrollo integral para el progreso de San Agustín¹¹ centro sus primeras actividades en la capacitación y formación de jóvenes; cosecha hoy sus frutos con la presencia de cuadros campesinos preparados¹².

Empezó a trabajar con café orgánico en 1996, promovió la agricultura orgánica a partir de 1997 o sea antes de la crisis del café. Inicio con FLO en 2003. Durante 2 años (2002-2003) creó su propia marca de café “Café Transparencia”. Para realizar sus actividades, beneficio del apoyo de proyectos externos (Helvetas, Intermon). Salvo durante 2008, lo cual fue para ella un año difícil; al quedarse sin proyecto, paso el año con personas *ad-honorem* arreglando y limpiando las cuentas, ordenando, buscando recursos. Los socios pagaron los costos de certificación cuando hasta la fecha estos gastos eran cubiertos por los proyectos. Cada vez tiene menos socios. Sus actividades de comercialización de café orgánico han venido bajando, básicamente por la falta de capital propia que le permitiría pagar sin atraso a sus socios. Por otra parte, es conocida por ser muy fiel con su comprador externo, a expenso de un aumento de sus propios socios.

¹⁰ Ver mas informaciones en el anexo 4.2.1.

¹¹ Ver mas informaciones en el anexo 4.2.2

¹² A una escala diferente, estas iniciativas hacen a pensar a la fundacion “Hijos del campo” creada con una intencionalidad similar por Coocafé en Costa-Rica.

Los cafetaleros convencionales, de las partes altas de la cuenca, han escuchado en los seis meses pasados la propuesta Cafnet pero al momento de oír la palabra ADIPSA varios se hacen por atrás. Porqué? Seguramente porque oyen la palabra “café orgánico” y saben que este orgánico no les generan suficiente ingresos, ventaja económica inmediata o fácil de conseguir. Saben también de las dificultades de ADIPSA. Entonces para qué meterse en este lío? pensarán frente a la insuficiente credibilidad de ADIPSA.

growing amazing coffee beans

Para el portador de Adipsa, 2009 es el año de la esperanza con la llegada de Cafnet y con mensajes alabadores sobre la calidad del producto colocado en el mercado, enviados por tostadores desconocidos. “*We've been roasting your coffee and serving it up in Mammoth Lakes, Ca. Its on of the best coffee beans that we have ever had*” (www.blackvelvetcoffee.com)¹³

ADIPSA esta arraigada, tiene más presencia en la parte central de la sub-cuenca, donde radica los productores familiares de café. En la parte Oeste (río aguahiel) trabaja un gran productor de café que vende por su propia cuenta a exportadoras, la parte Este y el vecino municipio de San Cristobal se caracterizan por presencia de fincas cafetaleras (grandes) cuyos dueños viven en su mayoría en la ciudad.

Los Albores

Obtiene en 2004 su personería jurídica, trabaja el mercado a partir de un pequeño fondo recibido a su creación¹⁴.

Comercializa su café bajo la sombría de Aspecagua. Aspecagua-Albores vende su café de mejor calidad (SHB) a Cafcom que lo exporta hacia los USA. Vende el café de menor calidad a Fedecocagua quien busca vendedores (Japon, USA, Europa). Si queda algún café, los Albores lo entrega a un intermediario local de San Agustín.

Fedecocagua, Federación de Cooperativas Agrícolas de Productores de Café de Guatemala, R.L, fue fundada en 1969 por 19 cooperativas con el propósito de apoyar a los pequeños productores para que comercializaran su café de una manera mas efectiva y beneficosa. Actualmente están inscritas 148 (o mas) cooperativas representando alrededor de 20,000 pequeños productores.

En el año 2000 Fedecocagua firmó un convenio con FLO. Fedecocagua fue la primera organización en exportar café del Comercio Justo en 1973 a S.O.S. Holanda y a Aachen Alemania bajo la marca de Indio Kaffee.

Aspecagua, Asociación de Pequeños Caficultores de Guatemala, es miembro de Fedecocagua; brinda servicios de apoyo financiero a sus miembros.

CAFCOM fue fundado en 1986 por un grupo de caficultores guatemaltecos buscando un nicho de mercado para cafés únicos y especiales de Guatemala. Actualmente exporta su café a más de 20 compradores en USA, Japón y Europa. A través de los años CAFCOM ha proporcionado asesoría técnica a los productores en busca de complementar sus prácticas de campo y mejorar el procesamiento del café, guardando un equilibrio socio ambiental en busca de sostenibilidad¹⁵. Es una de las más grandes exportadoras de café de Guatemala.

Don Chus

¹³ [comunicación personal del responsable de ADIPSA](#)

¹⁴ Ver informaciones mas detalladas en el anexo 4.2.3.

¹⁵ Fuente www.cafcom.com.gt

Don Chus¹⁶ es un actor reconocido en el municipio de San Agustín por sus diferentes facetas: líder religioso relacionado con la pastoral católica, líder con poder convocatoria, cumpliendo función social (Jornadas medicas; creación de centros de educación alternativa como NUFED), gran productor de café y cardamomo después de haber sido maderero, comprador e intermediario que maneja volúmenes de café y cardamomo importantes. El trabaja con 150 familias a quienes le compra el café, con un enfoque social propio de él. De esta manera, brinda a estos productores un conjunto de servicios específicos (entrega de materiales o insumos para el cultivo de café, pago por adelanto, etc....). Estas relaciones que él entretiene con esta cantidad de productores explican por qué el análisis de su caso que presenta ciertas similitudes con los casos anteriores, ayuda a entender mejor el funcionamiento de las organizaciones de productores referentes a la comercialización de café.

2.2 Elementos de estrategias de comercialización

Las organizaciones de productores entrevistados venden granos de café; no elaboran café tostado. El café de San Agustín, cultivado en su mayor parte en partes altas, es conocido por ser de calidad.

2.2.1. Mercado asegurado, limitante principal es la baja oferta

Es el caso de APODIP y de ADIPSA. Para elevar su oferta, pueden aumentar la productividad de los cafetales de los socios (componente técnico) y/o el volumen global acopiado (incremento sea de la membresía sea de las cantidades compradas afuera). Esta estrategia implica reforzar las capacidades de funcionamiento de la OP (APODIP).

Parte Norte

A la vez por principio y por pragmatismo visto el nivel de pobreza de las familias indígenas que producen café, APODIP se ha orientado hacia la producción de café orgánico; esta opción condiciona la búsqueda de sus mercados. Su mercado es asegurado. El problema que enfrentan se llama producción, lograr producir volúmenes suficientemente importantes para abastecer este mercado.

La cadena de exportación es aceptada.

La evolución de las exportaciones de APODIP enseña sobre su estrategia de comercialización: 3 C [contenedores] en 2003-2004, 3 C en 2004-2005, 10 C en 2005-2006, 6 C en 2006-2007, 13 C en 2007-2008. ¿Como explicar esta merma en 2006? Buscando como incrementar su oferta, APODIP compuesta básicamente de comunidades indígenas con baja capacidad de producción, busco en los años 2004 una salida e incorporo a 4 fincas comunitarias que recién se habían formado. Una de ellas contaba con 200 socios que podían entregar unos 2-3000 qq. Algunos años más luego, esta misma busco su autonomía y se independizó para certificar y comercializar para su cuenta propia.

APODIP construye y refuerza de manera permanente su funcionamiento interno, consolidando el modo democrático de trabajo (composición de la Junta Directiva, modo de elección de representantes de las 26 comunidades a la Junta Directiva, búsqueda de la inclusión de comunidades dentro de una área y de familias dentro de la comunidad, respeto de las decisiones de cada uno, definición de sistemas de toma de decisiones para la repartición de los bonos, elaboración de un plan de negocios, diseño de un plan de contingencia, transparencia de los fondos, implementación de un sistema de trazabilidad, etc).

¹⁶ Ver informaciones mas detalladas en el anexo 4.2.4.

Gracias a los aportes de proyectos externos y a sus propios esfuerzos APODIP cuenta con un grupo de profesionales (gerente, técnicos y promotores) que se dedican al mejoramiento continuo de la calidad de café producida¹⁷, del cumplimiento de los requisitos de los sellos orgánico y Fairtrade, al funcionamiento del circuito producción-procesamiento-transporte-venta, al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades. APODIP se asocia con Anacafé para capacitar a su personal técnico en la parte agronómica (manejo del almacigo, diferentes sistemas técnicos, manejo orgánico, etc...); después los técnicos tienen que digerir lo enseñado para adaptarlo al modelo de la organización y a los estándares del mercado.

A nivel meramente técnico, los agricultores pobres de las comunidades (por lo menos las visitadas) cultivan un café natural es decir que no recibe fertilización orgánica. Los agricultores lugareños convencionales son llamados así porque utilizan una cantidad mínima de herbicidas. Juegan con café y cardamomo, juegan con la fertilidad natural de los suelos; su tendencia, "natural" después de observar una merma de rendimientos en estos dos cultivos es de hacer migrar sus parcelas es decir talar bosques e implementar parcelas de cardamomo. Ahí interviene la administración de la RBSM ya que se encuentran en la zona de amortiguamiento. Aumentar los rendimientos, mantener la calidad procurada por la altitud y si posible mejorarla: buen reto para todos!

Parte Sur

ADIPSA opto, a diferencia de APODIP, por la producción de café orgánico por convicciones. Por otro lado, ADIPSA es conocida por su fidelidad hacia el comprador externo.

Una gran parte de los caficultores del municipio de San Agustín se declaran convencionales (es decir utilizando algo de químico). A pesar de este ambiente inmediato, los socios de ADIPSA quedan convencidos de esta opción.

Horror o maravilla?

Después de haber sido fascinado por la maquina a fabricar lombricompost de Tio Juan, uno entra en su cafetal. La primera parcela muestra una baja densidad de cafetos, plantas débiles, poco productivas, con follaje un poco ralo. Qué será? Qué habrá pasado en esta parcela que se parece, asunto de café, un tanto horrorosa? Varias minutos después y varios pasos de caminata también, Tio Juan cuenta su historia *"aquí hace 15 años, esta parcela era cultivada en granos básicos y después fue puros potreros, tierra erosionada, pelada. Me costo levantarla, con mucha materia orgánica, claro no he terminado todavía de recuperarla. Ven Uds. qué maravilla es ahora¹⁸! ... yo quiero aire limpio, suelos buenos y producción sana. Mi esperanza es duplicar mis rendimientos (llegar a 25 qq/Mz), tener mi bosque, mis frutales (mango, aguacate, limones, pacayas) para comprar mi maíz y frijol.*

ADIPSA no tiene problema de comprador externo. Su reto es producir volúmenes suficientemente importantes para abastecer este mercado. A ADIPSA le cuesta aumentar su producción. Su situación es mas complicada que la de APODIP, por estar rodeada de agricultores que conocen la presión de los vendedores de productos agroquímicos (sector hortalizas especialmente), por su

¹⁷ Pasa primero por el secado local del café cuya cosecha ocurre en periodos todavía húmedos, por el cuidado en el corte del café, en su transporte. Esto significa implementar infra-estructuras: secador solar o de leña, bodega de almacenamiento secado.

¹⁸ Reconstruir suelos, instalar paisajes: ¿serán productos ambientales? servicios ambientales reconocidos?

cercanía a la ciudad capital Guatemala¹⁹. La falta de capital propio para pagar muy rápidamente después del entregue el café a sus socios es uno de los problemas principales. Es un círculo vicioso. Varios agricultores cuentan que pueden producir café de calidad y café orgánico si, en retorno, le pagan un buen precio aceptable.

Para qué?

Sacamos 20-25 qq/Mz, podemos llegar a 40 por Mz y con calidad! Por la altura (1600 m), producimos café de calidad. Tenemos conocimientos para producir calidad. No lo hacemos porque no nos pagan. Para qué gastar mas? El productor que se expresa así, separa y vende por aparte por ejemplo el Maragogype. En su beneficio, el correteo del agua separa los granos según calidad, pero el productor vuelve a juntarlos al momento de vender. Si nos pagan 1 500 Qz en vez de 750 actuales, entonces si! lo haremos ... y haremos cosechas selectivas.

Por otro lado, varios estan en un proceso paulatino de transición. La fertilización orgánica es un punto crítico; como no hay asociación ganadería-caficultora las fuentes de fertilización escasean. Por lo tanto, los caficultores han de recurrir a los ganaderos qui viven en la parte baja de la cuenca. Compran estiércol con lo cual elaboran bocashi (agregando la pulpa de café) y, a veces, lombricompost. Entramos en las relaciones entre las diferentes partes del territorio. Unos consideran que es complicado, otros sacando la cuenta creen que es más barato que comprar abonos químicos. Otros empiezan a criar ganado para recuperar el estiércol y transformarlo en lombricompost.

El futuro

Para Johny, maestro de la aldea en la mañana, productor de café en la tarde, secretario de su asociación en el fin de semana, levantar la producción de café con abono orgánico resulta mas barato que comprar químicos cuyos precios van siempre subiendo. Basta comprar estiércol de ganado (en las fincas de abajo o del Peten a 30 Qz/saco de 100 lbs), levadura de arroz (conseguida en las tiendas), carbonato de calcio, miel (a partir de la panela comprada en los trapiches de los cañeros), carbón y agregarle pulpa de café. Lo costoso es el trabajo, el transporte de la materia prima, la preparación, el mal olor que hay que aguantar y el trabajo para aplicarlo en los cafetales. *Pero con esto, aumentamos los rendimientos, salvamos el ambiente de la Reserva.*

2.2.2. Mercado no asegurado, el limitante principal es conseguir compradores sólidos

El Caso de los Albores es bien ilustrativo

No basta accesar a una compradora (que es una exportadora) que propone precios atractivos o aceptables (diferencial incluido). Es importante que sea sólida y confiable (que no vaya a quebrar o declararse en quiebre), que tome las precauciones para evitar las perdidas durante el transporte de la mercadería hasta el beneficio final (por robo), asegurando los furgones de transporte (póliza de seguros y policías de custodia).

¹⁹ También existen productores que producen café orgánico, sin entregarlo a ADIPSA. Dejan de percibir beneficios con los sobreprecios; quedan pensativos observando el proceso.

La Asociación vende su café de primera calidad a la exportadora CAFCOM. Para tener un mejor poder de negociación, lo vende bajo la sombría de Aspecagua y aumentando los volúmenes de su oferta.

Para remediar a esta situación, ella compra café a una decena de productores que viven en las aldeas vecinas, que huyen el trabajo de comercialización y depositan su confianza en los responsables de los Albores. Duplican así sus volúmenes de oferta. Los propios socios producen 3 500 qq, los vecinos contribuyen con 3 000 qq.

La sub-cuenca cuenta con dos asociaciones de productores ubicadas en el mismo territorio, comercializando café para sus socios, una especializada en café orgánico, la otra en café convencional. Uno podría pensar en la excelencia de esta estrategia que ofrece diversas opciones y alternativas de mercadeo a los productores del área (las de las dos organizaciones, a las cuales se suman los intermediarios).

Puede ser que el proyecto Cafnet ayude a cristalizar más puntos de convergencia entre ellas dos a través acciones concretas realizadas en conjunto (como es el caso con las actividades del proyecto llamado “parcelas demostrativas”).

2.2.3. El sistema de pago

Uno de los criterios que mencionan frecuentemente los productores es la rapidez de los pagos. Dichos agricultores tienen pocas entradas de dinero en el año (para los de APODIP es la única), por lo tanto la posibilidad de recibir financiamiento en fechas estratégicas es clave. *“El café es un solo periodo (nov-febrero) donde recibimos dinero. Pasamos 8 meses del año sin nada, necesitamos apoyo financiero para estos 8 meses”* (San Vicente I).

La imposibilidad actual de ADIPSA para cumplir con este deseo de sus socios se vuelve un factor que limita fuertemente su expansión. *“la tardanza del pago es grande, hasta 4 meses y tenemos que buscar dinero prestado. Soportar este atraso es sobre todo difícil el primer año”*.

El aumento de la producción requiere de parte de ADIPSA una capacidad económica o sea un fondo, un capital inicial que permita pagar a sus socios adelantos en etapas cruciales, momentos críticos según un calendario bien conocido: i) julio, época de los labores culturales en los cafetales (poda, deshija, fertilización, manejo), ii) Navedad (época de regalos, de fiestas para la familia), iii) febrero-marzo, al momento del entregue del café

Quien se apuesta para facilitar este capital semilla a ADIPSA? Teniéndolo, ADIPSA considera muy factible colocar 10 000 qq oro (contra 1.5 contenedor²⁰ a la hora actual).

Don Chus lo resuelve a su manera, facilitando a “su gente” y sin trabas el pago de los gastos necesarios.

2.2.4. Un mismo sueño: relacionarse directamente con un comprador externo.

Lo expresa claramente la Asociación los Albores. Analizando su experiencia, considera que lo mas beneficioso para ella seria conectarse directamente con un comprador, dialogar y negociar con el. *“nuestro sueño es conseguir un comprador externo, mejorar nuestras infraestructuras en particular conseguir un beneficio seco. Pero esta inversión requiere mucho capital. Nuestra meta es ser productor-exportador con los niveles de volúmenes que manejamos.”*.

Lo mismo piensa Don Chus. En cierta época, tuvo contacto con un tostador francesa que lo vino a visitar 3 veces y elaboro con el un proyecto venta-compra. No se sabe porque razón, no se dio seguimiento a esta nueva relación²¹.

²⁰ 1 contenedor = 500 qq oro

²¹ Va a buscar el nombre de este tostador.

APODIP y ADIPSA confirman esta ambición. Ellas dos tienen (y desde varios años) contactos directos con sus compradores finales.

2.2.5. Negociación: paso fundamental y complejo.

Como para cualquier transacción, todo un conjunto de elementos entran en juego al momento de negociar.

El caso de los Albores

La habilidad del socio encargado de la comercialización y su modo de toma de decisión es vital (*“si ve que la bolsa en Nueva York se mueve mucho”²², el llama por celular a todos los socios, les presenta una opción y ellos deciden*). La toma de decisión es siempre compleja; ejemplo: la Bolsa NY esta a 102 \$ y había subido anteriormente a 122 \$, qué decidir? Qué elementos tomar en cuenta?:

- se pensaba al inicio de la temporada que la cosecha guatemalteca de café iba a ser mala (por lo tanto las empresas exportadoras no se llenaron y ellas jugaron con el cambio de moneda)
- no hemos vendido; en la realidad nuestra cosecha (en los Albores) fue tardía, suerte para nosotros ya que se recupero el precio
- al final de las cosechas los compradores siempre pagan barato (en noviembre los precios son buenos, en abril no lo son)
- la asociación y los productores no pueden esperar mucho tiempo
- el plazo para entregar la cantidad estipulada en el contrato *“El tiempo de entrega es importante; si los volúmenes son importantes un plazo largo es necesario (por ejemplo, una entrega de 500 qq con 15 días de entrega, un contrato de 1 000 qq con 25 días de entrega)”*

2.3 Relaciones de las organizaciones con sus miembros

Las relaciones entre las instancias responsables de organizaciones con sus miembros se dan a diferentes momentos, a propósito de actividades concretas: i) el acopio del café, ii) el pago (incluyendo la repartición de los bonos), iii) los servicios brindados para mejorar la calidad del producto entregado, iv) la elaboración de planes estratégicos de la organización, v) el apoyo al cumplimiento de los requisitos de los sellos.

Acopio: infraestructuras y acción colectiva.

Para las comunidades de la parte Norte, la existencia de trochas, de caminos, con un estado de mantenimiento es vital así que cualquier sistema de secado rápido del café lavado.

Acción colectiva. Para los productores del Sur, el perfeccionamiento o remodelación de sus beneficios húmedos es un paso importante para conseguir una calidad de café. Se observa la implementación de beneficios familiares o comunitarios (varios miembros de una misma familia o de un lugar se juntan para procesar sus cosechas en un mismo beneficio húmedo) para facilitar la obtención de esta calidad²³. El secado es menos complicado que para los productores del Norte.

ADIPSA cuenta con un pequeño beneficio seco mientras que los Albores o APODIP alquilan uno, próximo de la ciudad. Hemos visto que un papel importante de los comités de comercialización de cada comunidad de APODIP es velar por la entrega del café al beneficio central.

²² El recibe 3 veces al día SMS informándole de los precios de la bolsa de Nueva York.

²³ Se observa también “Mitch-uras”. Después del Mitch, autoridades regionales del FIA entregaron a la comunidad un beneficio húmedo hiper-sobredimensionado, verdadero monstruo local.

Pagos

Anteriormente, hemos en varias oportunidades evocado este tema.

En las relaciones entre el negociante Don Chus y sus proveedores, observamos aspectos similares: “*El éxito mío con mi gente (las 150 familias que trabajan conmigo) es para ellos: i) mercado seguro, ii) financiamiento gratis, ii) precios buenos, iv) resultados inmediatos.*”

El financiamiento es lo siguiente: en mayo-julio, yo doy a la gente fertilizante (en proporción con la cantidad de café que me dan a la cosecha); el precio se descuenta al momento del pago de la entrega final. Doy material (nylon, lamina, saco, manguera etc...), iii) al momento de la cosecha, yo ofrezco buenos precios; me arreglo para quedarme con una margen promedio de 20 Qz/qq pergamino. Mi filosofía mística es ayuda mutua”.

Toma de decisiones para la distribución del bono

Caso de APODIP con comercio justo. La toma de decisiones se hace a dos niveles. La Junta Directiva discute y propone 2 opciones; 5 \$/qq quedan a la Administración de APODIP (para completar el sueldo de sus 2 promotores, para constituir un fondo de crédito, para diversos objetivos). La otra mitad va a las comunidades productoras. Cada una lo deposita en una cuenta bancaria y decide de su uso. Unas los reparten entre todos los socios que entregaron. Otras crean un fondo propio para la comunidad (comprar insumos para los viveros de café, comprar maíz, hacer aportes a la escuela ..). Otras combinan (una parte es redistribuida entre los socios, la otra va para un fondo comunitario).

Elaboración de estrategias

APODIP y ADIPSA elaboran planes de negocios, el cual puede incluir un plan de contingencias. En el Caso de APODIP, la JD (y mas luego todas las comunidades) estudia que pasaría si ocurre tal fenómeno, aplicando por cada uno indicador, acción de previsión, acción de respaldo, respuesta

¿ que pasaría si ocurre	indicador	acción de previsión	acción de respaldo	respuesta
Un desastre natural				
Una inestabilidad de los precios				
Una perdida de la calidad				
Un incumplimiento de los socios				
Un incumplimiento de los proveedores				
Un incumplimiento de los contratos de parte de los clientes				
Una fuerte competencia en los mercados				

Un mismo hilo conductor cruza estas diversas interpretaciones: es imposible separar el análisis de los sellos de otros dos componentes fuertes. El raciocino esta siempre ligado a un tripodo: mercado-sellos- capacidad de la Organización.

El apoyo al cumplimiento de los requisitos de los sellos.

La importancia de la función de este tipo de apoyo se verifica, por defecto. Es una de las dificultades mayores que encuentran las cooperativas que venden su producción a una exportadora que trabaja con un sello. Si el profesional o el asesor contratado por la exportadora para guiar a los productores en cumplir los requisitos del sello no se asegura que los socios (y no solamente el responsable de la cooperativa o el encargado de la comercialización) conozcan y cumplan dichos requisitos, el día de la verificación, el o los agricultores que fueron escogidos al azar, están fallando y la certificadora rechaza toda la cooperativa.

2.4 El proceso de certificación

2.4.1. Percepción de las OP

2.4.1.1. Beneficios percibidos

Resulta difícil a la gente separar los beneficios generados específicamente por los sellos. Mencionan resultados que son el producto del tripodo “sellos/mercado/capacidad de la OP”.

Teniendo esto en mente, los miembros de APODIP (agricultores de las comunidades de San Vicente I y II) mencionan hechos concretos:

- Conseguir precios mejores (premio); 10-15 % ²⁴
- Conseguir infraestructura (bodega) que evita la pérdida del café por la lluvia
- Los precios practicados por la OP que vende directamente obliga a los intermediarios a alinear sus precios
- Los productores fortalecen sus parcelas, aumentan sus áreas de café
- El sistema sirve de ejemplos para los hijos

La seguridad de colocar su café en mercado a precio favorable es otro elemento beneficioso para los miembros de las tres organizaciones. A pesar de no tener capacidad para pagar adelantos, por su presencia, los Albores tranquiliza a sus socios, “no se corre riesgo a la hora de negociar”, genera confiabilidad con los precios aceptables obtenidos, los pagos al entregar de la cosecha y permite beneficiar de capacitación.

2.4.1.2. Los sellos representan costos sustanciales para estas familias de caficultores pobres

Por el momento, son las asociaciones que pagan el costo de certificación. En realidad, son pagados por proyectos que apoyan estas organizaciones (APODIP, ADIPSA). Alivio para los socios!

2.4.1.3. Tres situaciones diferencian las percepciones de los agricultores sobre los requisitos

según si

1. llevan a gastos sin garantía de mercado, de venta
2. son una llave para entrar en el mercado
3. forman parte integrante de la solicitud del comprador externo

Gastos sin garantía de mercado

²⁴ A su vez y sin que lo reportan los agricultores, los incrementos de precios repercutan (aunque tal vez homeopáticamente) sobre otros sectores, salud en primero, escuela.

Los agricultores independientes (es decir los que no pertenecen a alguna organización) de la zona Albores afirman no querer certificar si no se ven resultados acorde a sus gastos. No les sirven certificar orgánico con Maya-cert y siguen con su café convencional, vendiéndolo al mejor precio posible. Certificar no es garantía de mejor precio. Al no serlo, certificar se convierte en gastos.

“No conozco a nadie, a ninguno de todos mis amigos, que me haya dicho “yo me favorecí con este sello o con el otro”. El pez más grande siempre se come el más chiquito. El proceso es lento. La exportadora necesita requisitos. Las empresas no favorecen la penetración de los sellos²⁵. Manejan a los que les venden, les des-informan, tienen sus clientes amarrados. No entiendo, son muy exigentes. El sello es un gancho”. (Don Chus)

Para los agricultores representan costos adicionales obvios, sin garantía de vender ni de vender con sobre precio. Starbucks ofreció, Don Chus intento, pago la certificación con Starbucks pero finalmente la empresa no le compro el café certificado. De ahí nacen las expectativas reales y falsas.

Sellos = llave para entrar en el mercado

La asociación Los Albores, ya lo hemos visto, escogió la exportadora CAFCOM. Ella trabaja con Starbucks²⁶ y esto obliga a los Albores a certificarse con este sello. No parece ser una dificultad mayor

“Starbucks para nosotros es una oportunidad de negociar con Cafcom...”. Por lo tanto, las discusiones sobre la validez técnica de los requisitos tiene sus limites, “lo hemos discutido con ellas pero no podemos hacer nada y no podemos perder el contrato con Cafcom. Hasta la fecha hemos tenido suerte, nos han tratado suavemente”.

El sello no representa un adelanto económico para nosotros, solo un asunto ambiental. Don Chus (vecino nuestro) maneja volúmenes grandes, lleva muestra bonita, no es certificado y saca mejores precios que nosotros Albores que entregamos volúmenes inferiores, con misma calidad y con certificación. El asunto es como vender, cuando? Al tener esta certificación Starbucks, Cafcom nos considera como clientes priorizados.

Sellos = parte integrante de la solicitud del comprador externo

Caso de ADIPSA y de APODIP. El mercado de café tiene sus reglas básicas. “Cuando abrimos relaciones ofrecemos nuestros productos, nuestros café. Si queremos entrar en los “cafés especiales” entonces mandamos muestras, las certificaciones con los dos sellos”.

Los sellos son una condición sine qua non para esta categoría. Esto no descarta que los resultados y efectos económicos reales quedan debajo de las expectativas de los productores

“Sobrepeso insuficiente. No compensan todos estos esfuerzos, los requisitos, los papeles, el mejor precio seria de 1000 Qz por arriba²⁷. San Vicente I”
frente a costos financieros sustanciales (“pagar sellos es caro”)

²⁵ Existen casos en el país donde la empresa exportadora compro café certificado (costos para los agricultores), recupero el sobre precio pero sin repartirlos a los productores. Entonces qué beneficios para los productores?

²⁶ Según Anacafé, Starbucks compra 25 % de la cosecha nacional (1 000 000 de sacos ?). UTz Certified y RainForest ocupan partes marginales del mercado, Nespresso esta iniciando. Starbucks compra café de calidad SHB en cualquier región con proveedores preferenciales. Cambio hace poco sus requisitos y abrió nuevos mercados. Starbucks inicio como exportadora; ahora trabaja con varias exportadoras con tal que califiquen con los requisitos de la cadena Custodia. De esta manera, un productor que quiere aplicar el sello Starbucks no pierde forzosamente su relación con su exportadora tradicional.

²⁷ Sin mencionar la sorpresa (o bronca) de los que, navegando in Internet, descubren el salto de precio de su café entre el momento de salir del beneficio de su organización y el momento que lo compra el consumidor final.

y a cargas altas de trabajo. Cuando flexibilidad no es la palabra maestra del inspector (verificador de conformidad), la aplicación de los requisitos puede aparecer desconectada de la realidad

“dicen que los cafetales son mal establecidos, sin curvas de nivel para proteger contra la erosión, nos imponen barreras vivas o muertas. Pero la erosión de suelos es minima con esta cantidad de hojarascas.

hacer perder la noción de sentido común

“Líos con inspectores orgánicos que llegan a las plantaciones con órdenes “aquí necesitan aplicar abono orgánico, aquí hacer barreras de control de erosión”. Qué exigimos? Normas de erosión: la gran hojarasca producida por cardamomo es un instrumento bueno y no se mira erosión en los campos. Qué es una producción sostenible desde el punto de vista de un técnico, de un inspector, de un productor, de un universitario?”)

complicar la vida de uno

“FLo-cert complica la vida de los socios ; tienen que demostrar la necesidad de contratar gente, los niños no pueden cosechar etc

“Las familias grandes, según las certificadoras, no deberían de contratar gente ya que disponen de mano de obra familiar. Pero no toman en cuenta que parte de dicha familia va para la escuela”,

desanimar a mas de uno

“las certificaciones representan mas líos que otra cosa. Las normas no son adaptadas a las condiciones de lugar y la falta de flexibilidad puede desanimar a más de un productor; Tenemos muchas dudas con ellos.”

o aparecer extraña

“En una misma parcela hemos visto: i) un inspector Forestrade, ii) un inspector externo, iii) un inspector de la certificadora ubicada en los USA, iv) un responsable de la auditoria del SIC de Forestrade”)

descabellada o injusta

“Sellos y certificaciones descarados que son muy exigentes con campesinos que no saben leer el español, solo hablarlo y se muestran blandos con agrupación de cooperativas comercializadoras de café Fairtrade que no brillan por la transparencia de sus operaciones”).

Sumando esta diversidad de opiniones, algunos cuestionan el interés profundo de los sellos (“¿sera un negocio para las agencias certificadoras?”) o plantean estrategias alternativas para ayudar a mejorar la venta de sus cafés (“Los sellos deberían de llevar otros rumbos, generar nuevas expectativas, crear espacios para intercambios comerciales favorables. No saldría mas barato para una organización de productores pagar unos pasajes a compradores externos para que vengan a conocer y comprar café de calidad o pagar viajes a los productores para que den a conocer sus productos, mas que pagar derechos de piso para los sellos?”), se dejan tentar por tipos de inversión mas rentable a largo plazo (“Tal vez mejor pensar en una denominación de origen Sierra de las Minas. Pero cuidado porque existen ya intermediarios que venden esta marca de Sierra de las Minas”) o se inclinan hacia otras direcciones (“Los sellos no serán permanentes. Mejor fortalecer la capacidad de las organizaciones para ir al mercado”). La tela de fondo es siempre presente: “¿cuanto recibe el socio de cualquier organización de productores que pasa por proceso de certificación, en efectivo por qq de café vendido?” Hasta que punto, los sellos no serán un negocio que beneficia mas que todos a los técnicos de las certificadoras, de los sellos?, Qué beneficio económico recibe el productor por proteger la Reserva RBSM y el medio ambiente?”

2.4.2. Certificadora, certificación: los verdaderos tomadores de decisión

ADIPSA subraya la importancia del contacto directo con el comprador externo; es el que toma la decisión final y no las certificadoras. En diferentes oportunidades, ADIPSA sufrió el desacuerdo entre su comprador y sus certificadores; Maya-cert y FLO habían aprobado la presencia de

parcelas paralelas donde un mismo productor produce orgánico en una parcela y convencional en otra; el comprador rechaza el café de estos productores, desconfiando de que el productor con hambre resista a la tentación de introducir, en los últimos momentos café convencional dentro del café orgánico.

Según los Albores, el dialogo no se da con Starbucks²⁸, sino que se realiza a dos niveles entre Aspecagua y Cafcom y después entre Aspecagua/Cafcom con Starbucks. *“Por ejemplo, logramos defender las normas de Aspecagua de control de la erosión en base al grosor de la hojarasca”*.

El punto clave es menos la certificadora que la instancia que recibe las recomendaciones o informes de las certificadoras y decide si el productor o la organización califica. Algunos lo hacen por puntaje (Starbucks), otros tienen un Comité de Certificación (Rainforest), otros recurren a otros sistemas.

En caso de Maya-Cert, el inspector entrevista al productor, audita los registros, verifica en el campo las prácticas, transporte, almacenamiento y comercialización. Elabora un informe de inspección, lo presenta al comité de certificación, el cual dictamina en 3 categorías: aceptado, negado, en transición.

FLO-Cert: supervisa documentos²⁹, entrevista directivos, miembros, trabajadores, redacta un informe, lo envía a la oficina de contacto, la cual analiza el informe, formula su opinión y envía los documentos a la oficina central de FLO-Cert. El Comité de certificación decide si procede o no la certificación. Si queda aprobado, productor y FLO elaboran un contrato que establece derechos y deberes de cada uno.

RainForest Alliance: después de la auditoria de certificación³⁰, el equipo auditor entrega su informe a la persona que solicito la certificación y, después, lo manda al comité internacional de certificación quien decide si la finca o el grupo certifica.

2.4.3. Dificultades mayores para certificarse

Para el Norte

El analfabetismo es un prejuicio fuerte para los productores, especialmente a la hora de reportar datos, de llevar registros, de leer recomendaciones, aun cuando se encuentran soluciones locales (movilizando por ejemplo a los hijos de productores, manejando plantillas sencillas, pre-llenadas y completadas por el técnico)

Para el Sur

- Desconfianza
A gente que fue durante años y años engañada, la llegada de una nueva propuesta (que se llama llevar una nueva forma de comercialización) aparece como un nuevo engaño. Requiere establecer confianza y sobre todo evidencias, *« quiero ver resultados »*
- La ausencia de costumbre
La gente (los pequeños caficultores) no esta acostumbrada a firmar papeles; muchos prefieren “trabajar a palabra”.
- La resistencia a la organización (desconfianza, individualismo)

Para ambos, Norte y Sur

²⁸ El certificador para el sello Starbucks llena su formato directamente en línea, lo manda por Internet a Starbucks; una vez la información mandada, el no tiene copia de esta información ni posibilidad de conservar una copia en pdf. Desconoce las decisiones tomadas por Starbucks.

²⁹ Fuente: Sellos y certificaciones para café. Guia de conceptos basicos. Anacafé.

³⁰ Fuente: idem.

- La falta de capital semilla para pagar en adelante a los socios en 3 momentos: i) julio, ii) Navedad, iii) febrero-marzo (entregue)
- El costo de remodelación (o adaptación) de los beneficios húmedos individuales o familiares.
- La re-organización del espacio físico en el beneficio central (separar lotes de los socios o productores según la calidad entregada) requiere una re-organización del trabajo, tareas y responsabilidades en el mismo beneficio. Esto se traduce en gastos y costos adicionales.
- La adopción de una estrategia de comercialización adaptada. Un vendedor de café pergamino, que sea empresario, asociación pequeña u organización grande de productores, sopesa las ventajas y límites de separar su café según su grado de calidad. Si bien puede esperar aumentar los precios de venta del café de mejor calidad, a qué precio vendra su café de calidad menor? Tal vez a un precio inferior que un café que resulta ser una mezcla de cafés de diversas calidades. APODIP certifica todo su café vendido; sin embargo una llave de su éxito es su estrecha articulación con los diferentes eslabones de la cadena café. La empresa que recibe el café de APODIP y que se encarga de transportarlo hacia el exterior, mezcla diferentes tipos de café según la demanda que ha recibido de sus clientes.

Si la combinación, buen precio para el café calidad y mal precio para el otro, llega a dar un precio inferior a la mezcla de los diversos tipos de café entregado por los socios o los proveedores, entonces la separación por lotes (y por lo tanto su certificación) no aparece útil.

2.4.4. Los espacios de discusión y ajustes de los estándares

Los requisitos impuestos por los sellos se pueden discutir para eventuales ajustes en diferentes talleres, foros, instancias, a nivel local (adentro de la asociación de productores), nacional e internacional, como lo resume el cuadro siguiente.

Nivel	APODIP	ADIPSA	Albores
Local	interno	interno	interno
Nacional	CGCJ ³¹	Entre Aspecagua y Cafcom	
Internacional	CLAC	Entre Cafcom y Starbucks	

A nivel local, la aplicación de los requisitos puede ser discutida y adaptada pero los criterios no pueden ser cambiados. A otros niveles, pueden ser discutidos con vista a ser modificados o ajustados.

Existen otros espacios, como los talleres organizados por Rainforest Alliance, inter-institucionales, multi-actores, presentados como procesos continuos de reajuste, donde se discuten los criterios de interpretación local de los requisitos y se elaboran las guías de interpretación local.

Más que profundizar el funcionamiento, las prácticas, el impacto de las certificadoras (agencias estrechamente especializadas sobre los hallazgos de no-conformidad), una tarea de CAFNET puede ser:

1. conocer el funcionamiento de los reales tomadores de decisión (ver 2.4.2)
2. acompañar a las OP en el reforzamiento de sus argumentos para alimentar los debates y, así llegar, cuando sea posible, a estándares, requisitos³², criterios consensuados mas

³¹ CGCJ: Confederación guatemalteca de Comercio justo. CLAC Latin America & Caraibe Network of Small Fair Trade Producers

conforme a los objetivos de los sellos y de las organizaciones involucradas y persiguiendo objetivos similares. Para ser realista, esta tarea requiere previamente identificar claramente los lugares de negociación y los espacios de maniobra posible (por ejemplo dentro de la CGCJ o la CLAC).

2.4.5. Diversos esquemas de apoyo al aprendizaje de la certificación

Los Albores

La posición de la certificadora (norteamericano o guatemalteco) es que cada productor que haya sido inspeccionado (3/año) debe enseñar a los socios las recomendaciones. Por otro lado, en las actividades de capacitación que reciben los socios de parte de Aspecagua y de Anacafé, los miembros de la Asociación se visitan entre ellos, visitan sus propios cafetales, sus beneficios, para ir mejorando sus técnicas de producción y de procesamiento.

APODIP

Una de las tareas del personal técnico es de apoyar a los comités de comercialización y a los productores en el cumplimiento de los requisitos. Por otro lado, en ciertas comunidades surgen iniciativas propias (por ejemplo en Cancoy un grupo de productores esta inspeccionando a sus vecinos).

La experiencia de Forestrade ofrece una cantera de lecciones y enseñanzas al respeto. Antes del desligamiento de APODIP, Forestrade apoyaba a los agricultores (tanto para capacitar como para monitorear el seguimiento a las recomendaciones formuladas) y a la vez jugaba una intermediación con las certificadoras; *“Nuestro trabajo es hacer recomendaciones a las certificadoras por ejemplo “48 productores cumplen con las normas”. Forestrade no decide. Luego viene el inspector externo de la certificadora para evaluar el sistema interno de control (SIC) de Forestrade, el hace un informe al comité de certificación que decide o rechaza el diagnostico de la certificadora”*.

Sistema implementado por ciertas exportadoras

Fuera de la zona de intervención Cafnet, a nivel del país, ciertas grandes exportadoras contratan profesionales para instalar un sistema de monitoreo de sus proveedores y ayudarles a certificar su café, en Starbucks, en Nespresso o en café orgánico³².

Además de ayudar a los productores, el profesional busca establecer un sistema de trazabilidad que puede incluir el premio obtenido por el productor según el volumen de café entregado. La cadena de trazabilidad económica es clave para el productor. El productor vende su cosecha a la Empresa al momento que estima que la Bolsa de NY ofrece mejores precios y negocia un sobreprecio que corresponde a su trabajo de certificación. La empresa establece con el un contrato que indica claramente el precio (que corresponde a la certificación realizada) y la cantidad comprada (para evitar que compre afuera³⁴ de su finca café no certificado). Se preocupa por asegurar que el productor cumpla con el contrato y no venda su café a otro comprador (a coyotes, por ejemplo). Entonces la base de la relación productor-Empresa es contrato mas compromiso moral.

Ciertas empresas tienen bien claro la cadena que quiere instalar. Luego de facilitar la certificación de los productores, implantan todo un sistema operativo de trazabilidad.

En caso de cooperativa, la empresa le da el premio global pero necesita saber si cada miembro que entrego café recibió su premio. Se hace necesario establecer un sistema de registro; puede ser manual (archivos) o computarizado. Debe ser sencillo, practico, poco

³² Oír que agricultores son rechazados por que no presentan medidas de control de erosión consideradas insuficientes por los certificadoras y, al mismo tiempo, observar fincas cafetaleras aprobadas a pesar de que apliquen cantidades excesivas de nitrógeno en sus cafetales sabiendo que las mitad o las 2/3 partes se va a escapar en las capas freáticas ... que fincas bananeras son certificadas 100 % porque los trabajadores manejan mascarillas de protección durante las numerosas fumigaciones aéreas significa que queda todavía mucho trecho que recorrer. De qué sostenibilidad estamos hablando?

³³ Esta información no se refiere precisamente a la zona de la RBSM.

³⁴ En otros casos, se trata de evitar que el productor venda a otro comprador que no se preocupa por el sello pero que tiene capacidad económica para ofrecer un precio más alto y pagar instantáneamente.

abrumador. En la práctica, requiere mucho trabajo, sobre todo una buena coordinación entre el asesor y los responsables del sistema en la cooperativa. Es pura (y mucha) papelería.

La empresa puede pagar todo (café + premio) a la cooperativa. En este caso, existen 2 niveles de negociación: i) entre la cooperativa y la empresa, ii) entre los responsables de la cooperativa y sus miembros.

La empresa puede llegar a producir una guía ilustrada a destino de los pequeños productores sobre normas y lineamientos (Café Practices).

La empresa puede pagar el precio de la verificación (auditoria) el 1er año, 50 % el 2do año (para no entrar en el fenómeno del regalo a 100 %) hasta el 3er año.

El caso reportado anteriormente corresponde a una Empresa que toma la opción de acompañar a sus proveedores, a ayudarles a que poco a poco produzcan y vendan café de calidad. El asesor requiere de tacto y habilidades para realizar sus tareas, no llega con una posición impositiva que bloquea al productor, habilidades para llegar a que los productores decidan y tomen la responsabilidad de certificar su café, a que encuentren junto con el profesional las soluciones para ir cumpliendo los requisitos del sello³⁵.

Otras empresas no llevan este camino y adoptan con los productores un actitud mas radical, brutal y brusca “acepten o sancionamos.” Cada exportadora tiene sus normas, establece sus contratos y sus reglas³⁶. Además, no se debe olvidar la pelea que se dan los compradores entre ellos.

Anacafé

Las oficinas regionales de Anacafé³⁷ no brindan apoyos directos para montar sistemas operativos de certificación en las organizaciones de productores. Sin embargo, promueven, acompañan los sellos, ofrecen servicios importantes que facilitan el trabajo de los agricultores y de sus asociaciones para prepararse cada vez mas a las certificaciones: asistencia técnica para la producción de café orgánico de calidad (técnica de preparación de fertilizantes orgánicos, control de plagas y enfermedades tanto en los almácigos como en las parcelas, remodelación de beneficios húmedos), implementación de actividades de capacitación estructurada y escalonada con titulación de productores diplomados en caficultura orgánica. Tiene a disposición de los agricultores un laboratorio de catación de café. Sirve para detectar inmediatamente los principales errores de calidad en el café cosechado (y por lo tanto permite actuar en el manejo del beneficio para los cortes de la cosecha en curso y en el ciclo siguiente). Sirve también para sacar informaciones sobre la calidad del café en venta que pueden contrapesar los resultados de las muestras realizadas por los compradores (en caso que sean desfavorables a la transacción).

2.4.6. Percepción de las otras instancias

Para Anacafé (Departamento del Medio Ambiente)

el sello es un medio para mejorar la calidad, no un fin comercial. Es un proceso gradual, iniciando con el componente técnico y cuidando los costos de producción. El productor tiene la opción de escoger su sistema de sello.

Los sellos, al inicio, llevaban muchas expectativas con el sobre precio; “ para qué me voy a esforzar si no me aseguran el mercado ?” es un refrán muy común.

³⁵ En este sentido, el trabajo de asesor de productores para ayudarles a certificar sus cultivos es mucho más gratificante, útil, agradable que el trabajo de inspector/certificador. Uno puede desarrollar mejor sus capacidades, impulsar iniciativas; al fin es un momento de aprendizaje importante.

³⁶ Fedecocagua proporciona también asistencia técnica a sus miembros. Presta crédito y los productores re-embolsan su préstamo con café de calidad. Fedecocagua actúa como una exportadora que coloca productos en el mercado internacional.

³⁷ Por lo menos, la de Cobán.

Para Maya-cert

No se debe confundir sello con precio; el problema o dificultad es menos el código que el producto. Reconoce que los requisitos de los sellos son parte de la vida, que cualquier procedimiento en la vida es una traba, que Centro America es una sociedad acostumbrada a no cumplir ciertas reglas del juego. El primer limitante es la actitud; se hace la distinción entre agricultores de convicción y los de condición (condicionados por una moda, por buenos precios, por ...).

Para UTz Certified

La certificación no es un fin. Es un medio para implementar una mejora continua. El premio es con la finalidad de mejorar: i) la eficiencia (o sea el rendimiento) vía modificaciones del sistema productivo y del procesamiento (beneficio) para llegar a una caficultura sostenible y para ser competitivo y ii) la calidad del café

Para Rainforest Alliance

La idea no es de poner sello; es de ayudar a las empresas a tener e implementar un plan de sostenibilidad.

Para algunas exportadoras

El premio es una señal dada por la empresa al productor de que esta cumpliendo, por lo tanto se considera un incentivo, con reglas claras

2.5 Amenazas percibidas

Hablar de amenazas defiende del examen de las dificultades para certificarse. Son nociones que las asociaciones de productores sienten en contra de ellas, que limitan su crecimiento e, indirectamente, obstaculizan un buen empeño de sus estrategias de comercialización de productos certificados.

2.5.1. El poder de quebrar contratos de parte de los intermediarios

“En la puerta de la bodega billete y ahí queda cualquier”

A nivel del país, los intermediarios son actores sumamente importantes en la comercialización del café que constituye para ellos una fuente de negocios importante. El productor a veces desconoce el precio del café y cree al coyote que llega con su pick up listo para cargar la cosecha, paga cash y se despreocupa del posible contrato pasado entre el agricultor y una empresa. Los cambios frecuentes del precio del café favorecen la ruptura de contratos, la irresponsabilidad. Algunos piensan que se da este fenómeno mas con el café orgánico; llega cualquier comprador y no se preocupa de los contratos.

En San Agustín Acasaguastlan, se produce un buen café, los precios de la Bolsa de Nueva York llegan a la casa de uno³⁸. La presencia de las asociaciones, de los intermediarios, de la competencia elevan los precios, se paga “bien” el café duro. Los intermediarios se mueven rápido, hacen pasar por café de San Agustín café que viene de otras partes del país (Zacapa, Esquipulas, ...), hasta de Honduras³⁹. Tienen un fuerte poder económico, pueden llegar rápido donde uno con su celular, saben estar atentos a cualquier evento familiar, el quinceaño de la niña, atender para los

³⁸ Curiosidad de contraste: se puede observar en las laderas cafetaleras un sistema rustico de secado al aire del café con plástico para cubrirlo cuando llovizna o llueve, caminos de acceso complicados, interiores oscuros de casas sencillas pero agradables y a la vez, celular del dueño donde entran 3 veces al día SMS indicándole los precios del café en la bolsa de Nueva York.

³⁹ Ciertos intermediarios son ilegales, trabajan sin papeles, no entregan recibos. Pero estan bien conectados.

regalos al momento de la Navidad, lo que sea. Algunos califican el mercado de café en Guatemala como « el mercado mas prostituta que existe en el país ». Se rompen contratos por algunos 5 Qz/qq pergamino. El intermediario compra la cosecha en adelante; a veces pierde su dinero porque el productor vendió a otro negociante o el productor pierde porque el precio propuesto por el intermediario es bajo. El no respetar contratos “a palabra” ha sucedido entre miembros de una misma familia (uno ejerciendo el trabajo de intermediario y sus hermanos o tíos actuando como productores y proveedores de café). El café puede ser la cultura de la deuda.

Los intermediarios no aceptan fácilmente la presencia de grupos organizados; manejan argumentos técnicos bastante contundentes para explicar a la gente el interés de no ser organizado.

2.5.2. Cierta des-unión entre organizaciones de productores

Presiones de personas, de otros proyectos, otras instituciones pueden afectar y debilitar procesos de construcción de organizaciones que luchan para enlazar calidad, mercado y asociaciones de productores.

2.5.3. Fallas de liderazgo y defraudes

Fácilmente se enumeran las calidades de los líderes que facilitan el éxito de sus organizaciones: honestidad, sinceridad, amplitud de pensamiento, apertura, respeto, capacidad y competencias, responsabilidad, sabiduría y capacidad para escoger su gente, delegar responsabilidades, acompañarlos, transparencia, visionario.

Con la misma facilidad, se comentan los estragos provocados por líderes que se descarrilan y operan con valores y habilidades opuestas a las enumeradas.

2.5.4. Limitado concepto de apoyo a las organizaciones de productores

Muchos proyectos ofrecen capacitación, útil y productiva, bajo modalidades interesantes (*“fuimos ver buenas experiencias, en los países vecinos, vimos maravillas, pero ni un centavo en la bodega para comprar café, imposible colocar adelante en junio y liquidar en febrero”*). Fondos invertidos en educación y capacitación pero gran dificultada para encontrar proyectos, mecanismos capaces de dotar una cooperativa, una organización de capital semilla o de un presupuesto basico para asegurar salarios y gastos de oficina.

2.6 Conclusiones

2.6.1 Generales

En la región de la Sierra de las Minas la temática de los sellos para el café se inscribe en una problemática general caracterizada por pobreza y proximidad de un Area Natural protegida.

¿Como vivir (parte Sur) o sobrevivir (parte Norte) en condiciones adversas (aislamiento, fuertes pendientes, suelos pobres, presión demográfica etc.) donde las opciones técnicas son muy limitadas [en la parte Norte únicamente café y cardamomo naturales, en la parte Sur café, hortalizas, un poco granos básicos] ?

El café queda entonces una de las pocas opciones. Como no es de consumo nacional, cultivarlo significa automáticamente exportarlo, lo que se traduce para las organizaciones de productores en un encadenamiento de retos: acceder al mercado (que tiene reglas, mecanismos y procedimientos bien establecidos tanto para mercado convencional como de nichos), respetar los fundamentales (entregar volúmenes con continuidad y calidad), tejer relaciones de confianza con los compradores externos, manejar negociaciones con los compradores nacionales, construir una capacidad económica interna, organizar las relaciones y flujos de trabajo a nivel interno, manejar cambios técnicos en las parcelas de los socios para cumplir con nuevos y diversos requisitos de

producción, desarrollar acción colectiva para introducir y manejar calidad en los beneficios húmedos, introducir calidad en los procesos, calidad en los líderes y responsables, construir y mantener la fama de la OP.

La letra “c” parece servir de hilo conductor: contrato, capacidad de negociación, coyotes, confianza, catación (herramienta de medición de calidad), caminos, etc. y refleja la problemática que enfrentan los productores involucrados en esta aventura para salir de la pobreza.

Para las organizaciones de productores, los sellos representan entonces uno de los componentes de sus estrategias. Lograr vender, en condiciones favorables, es para ellas el primer objetivo de los sellos antes que los objetivos ambientales. ¿Serán los sellos un mal necesario pero a la vez incentivo fuerte de cambio a nivel de las organizaciones (la emergencia de APODIP por presión de FLO es un ejemplo vivo) y/o de mejora continua a nivel de las fincas?, qué priorizar: afinar lo que está implementado con los sellos o acelerar la búsqueda de alternativas de mayor beneficio para las familias campesinas productores de café de la región de la RBSM (denominación de origen controlada Sierra de las Minas, y otros) ?

En resumen, nada nuevo: la entrada exclusiva “sello” se esconde detrás de una combinación donde tres elementos se mueven juntos: **acceso al mercado** (comprador externo) **X capacidad organizativa OP X calidad del producto** colocado en el mercado (calidad intrínseca + sello).

2.6.2 Específicas para CAFNET

Sugiero aquí algunas líneas de trabajo que el equipo Cafnet Guatemala podría impulsar en sus futuros planes de actividades:

- Redactar un panorama sintético de la situación de la micro-cuenca del Río Hato, para completar y profundizar la caracterización actual del área e incluir todo el territorio⁴⁰.
- Conocer el mundo de los compradores externos (USA, Holanda, Francia, Bélgica, Alemania etc) que tienen relaciones directas con las asociaciones de productores; sacar lecciones y enseñanzas del análisis de sus experiencias y de los compradores actuales. Para tener una visión completa de las cadenas.
- Investigar el interés, la factibilidad, las ventajas y limitantes, los riesgos, las condiciones de implementación de una marca de café con denominación de origen “Sierra de las Minas”.
- Invertir los espacios de discusión sobre los requisitos de los sellos, con enfoque y modalidades específicas: i) acompañar a las organizaciones de productores en este proceso de discusión y negociación, ii) construir con ellas y reforzar sus argumentos a la hora de entablar debates y de proponer ajustes a las normas en CGCJ, CLAC, talleres de elaboración manuales de Rainforest, etc...
- Imaginar actividades de intercambio entre Organizaciones de productores nacionales u de otros países sobre un tema como: “sellos: oportunidad para seguir (o acelerar) el proceso de mejora continua del funcionamiento interno de las organizaciones de productores?”.
- Acompañar la solicitud de las organizaciones de implementar un plan de desarrollo de la caficultura sostenible, en los lados Norte y Sur de la RBSM.

Como lo hemos visto, a nivel técnico, el incremento de los rendimientos físicos de café aparece como un desafío para los caficultores según un gradiente de intensificación particular: los miembros de Apodip quieren intensificar sus cafetales naturales sobre la base de un manejo orgánico, los de ADIPSA rodeados de caficultores convencionales parten de una situación de

⁴⁰ La misión exploratoria visitó la parte central de la montaña (parte alta) de la cuenca, siguiendo un eje Puertas de golpe, Albores. Queda importante precisar la problemática de la parte Oeste (cuenca aguahiel) y Este. Hay fuertes probabilidades de confirmar que son diferentes, en cuanto a volumen de producción de café, de facilidad de acceso físico y sobre todo en organización (bases sociales menos fuertes, individualismo más predominante).

cafetales manejados con insumos químicos (con intensidad variable) para entrar en una producción orgánica, los socios de Albores quieren intensificar sus cafetales convencionales razonando de manera mas eficiente el uso de insumos externos y químicos. Para la parte Sur de la RBSM, los resultados esperados de las parcelas agroforestales “demostrativas” de validación participan de este esfuerzo. Comparar y articular el reforzamiento de una caficultora sostenible de los dos lados de la Sierra puede ser útil para todos.

II Servicios ambientales generados por el café bajo sombra: el caso del agua

Habiendo tenido el privilegio de acompañar la coordinación internacional y regional de Cafnet en Guatemala, participé en diversas reuniones de tipo institucional que me dieron la oportunidad de compenetrarme de ciertas intimidades del proyecto Cafnet en Guatemala. Consideré que podía ser útil para el proyecto plasmar en el documento algunas reflexiones sobre temas de importancia para Cafnet⁴¹: i) la noción de servicios ambientales, ii) el modo de intervención de la investigación. Es el propósito de estas dos últimas partes que se refieren únicamente a los trabajos conducidos en el municipio de San Agustín.

2.1. Cafnet y los servicios ambientales

La hipótesis de trabajo de Cafnet es conocida: los cultivos de café bajo sistemas agroforestales generan servicios ambientales que pueden generar servicios económicos a los productores vía un acceso a un mercado de café que reconoce estos servicios (los sellos) y vía mecanismos de pagos por servicios ambientales.

Parte de las actividades de Cafnet consisten en documentar el efecto, a nivel de la micro-cuenca, de los diferentes sistemas de café agro-forestal, comparando varios usos de la tierra (café orgánico, café convencional, potreros, granos básicos, guaimíl, bosque) para entregar los datos a los tomadores de decisión. En el sitio de intervención de la RBSM, dichas actividades tienen que ver con monitoreo de la biodiversidad (aves migratorias), valoración de los servicios ambientales (medición de secuestro de carbono según los diferentes tipos de uso de suelo, diversidad de árboles, fauna en los sistemas agroforestales)⁴².

El manejo del agua, visto como un servicio ambiental generado por el bosque nuboso de la reserva y por el paisaje agroforestal de los cafetales no aparece todavía en el plan de actividades Cafnet 2009. Sin embargo es un tema central para la FDN cuyos servicios trabajan en esto desde varios años en toda la RBSM (investigación científica e implementación de fondos de agua a través de mecanismos de comités de cuenca).

Una buena cantidad de datos sobre agua sale de diversos estudios e investigaciones, dispersas por culpa de la segmentación de los proyectos y de sus fuentes de financiamiento. Hasta qué grado tendrán una utilidad real para los usuarios? Cuáles son los datos que “llevan sentido” para todos? A qué preguntas tratan de contestar estas investigaciones? Qué posiciones tienen al respecto del agua los productores y los responsables de las organizaciones de productores de este territorio? Aproveché mi estadía para iniciar con algunos de ellos un esbozo de análisis de esta temática.

2.2. Agua en cuenca

2.2.1. Una cuenca

Los interlocutores explican fácil y rápidamente los diferentes compartimentos de la sub-cuenca de San Agustín:

- 400 - 800 m: bosque espinoso seco

⁴¹ Considerando que: i) Cafnet Guatemala es Anacafé + FDN con el respaldo de Catie-Cirad, ii) los recursos humanos y económicos para realizar las actividades no se limitan estrictamente al presupuesto actual del proyecto Cafnet y que se puede contar con la capacidad de captación de fondos adicionales de parte de los diversos portadores e interlocutores presentes cuya meta final apunta hacia objetivos con plazo mas largo que el de un proyecto.

⁴² Al cual se suma la implementación de parcelas de validación de sistemas de café agroforestal.

- 600- 1200: granos básicos, hortalizas
- 900 - 1800 m: zona productora de café (subdivida en parte baja, mediana, alta).
- 1800-2000 m: bosque
- 2000-2500 m: zona de amortiguamiento de la RBSM
- 2500-2600 m : zona de uso sostenible RBSM
- 2600-2900 m: bosque nuboso RBSM

(ver fig 2 del documento caracterización de la sub-cuenca del Río Hato. R. del Cid, C. Tot) con los niveles de precipitación anual correspondiente: Morazán 300 mm, los Albores 1800- 2000 mm, Bosque nuboso (estimación 4 000 mm).

La presentación y explicaciones sobre las relaciones entre estos diversos compartimentos son menos rápidas. El conocimiento existe pero es parcial, disperso y en vía de construcción.

Al salir de la capital, la cabeza llena de lecturas y de explicaciones diversas, uno llega a San Agustín mirando hacia arriba en búsqueda de los famosos sistemas agroforestales de café. Al entrar en el pueblo de San Agustín, uno se encarga de bajarle la vista para orientarla hacia abajo y observar otros sistemas agroforestales, tan potentes como los de arriba. Se trata de sistemas agroforestales en base a frutales (mango, aguacate, limón, chico, zapote, pacaya, etc) ubicados a la orilla del río Hato. Desde la parte baja hasta los 1500 m de altitud, forman un corredor de unos 18 km aproximadamente. Frutales todos orgánicos !

Este mismo río, entre 500 y 1500 m de altitud, está bordeado de cañaverales (sea solos sea combinados en la misma finca con sistemas frutales). Se estiman unos 130 productores de caña. Ella, también, completamente orgánica⁴³!

Frutales, caña crecen con el agua (subterránea para los primeros, riego de gravedad para la segunda). En las laderas de la faja mediana, algunos agricultores cultivan hortalizas (con riego de aspersión o de gravedad), otros riegan parcelas de maíz. Mas arriba, encontramos los caficultores que utilizan el agua para sus beneficios húmedos. El caudal de los ríos baja muchísimo en la parte baja en el verano pero no ha llegado todavía a secarse.

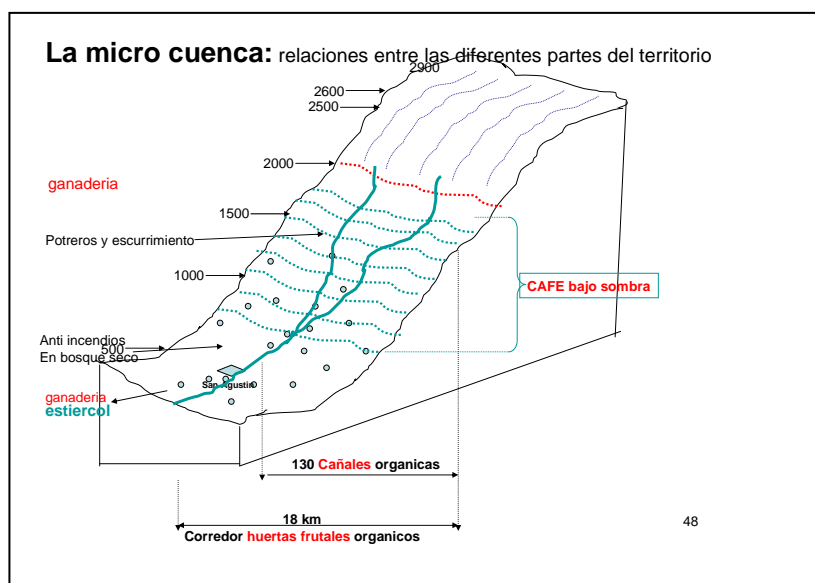


Figure 6 Las relaciones entre los diferentes compartimentos del territorio de la cuenca

Una parte de los pobladores del casco urbano y de los barrios de San Agustín tiene su propio pozo, otros reciben agua de acueducto por un precio que muchos consumidores de agua del mundo les

⁴³ No miramos aquí el destino final de la panela en el mercado nacional.

envidia (3 Qz por mes cualquier sea el consumo⁴⁴). La gente de los poblados rurales en las laderas de la cuenca busca agua por su parte, a veces cuenta con servicios de agua potable.

Para algunos, la cuenca del Río Hato es una niña bonita porque presenta todos los usos de agua. ¿Hasta cuando permanecerá esta situación? ¿se dan situaciones de tensiones o conflictos por el uso del agua? Entre quienes y quienes (entre productores mismos o entre la parte arriba y los consumidores de abajo)?.

2.2.2. Situaciones de conflictos de agua

Dificultades

Anteriormente, las comunidades de abajo (Llano de Jesús, Magdalena, Guayito, Tamarindo, de Chanrayo para abajo...) compraron su agua a las comunidades mas altas (Patio, Hierba buena, Albores, Carmen), compraron al dueño del nacimiento de agua y pidieron el derecho de pase (de la tubería) a los dueños de terreno (contra el derecho para ellos a un grifo de agua). Pero ya no se puede hacer lo mismo, ahora, con estos tiempos de mayor dificultad al acceso al agua.

Amenazas

- Los consumidores del casco urbano y de los barrios de San Agustín que construyen una captación de agua en la zona de amortiguamiento o en el bosque desabastecen a los caficultores y/o a las comunidades de la faja media que la necesitan para su uso domestico (agua potable) o para sus cultivos (riegos).
- Un finquero que desvía un río para su uso personal (regar potrero de Estrella) disminuye el caudal del río (Timiluya) que abastece en agua a los cañeros rio abajo (Tecuis).
- Un sobre-uso de agua por los maizicultores de las laderas de la faja central priven los cañeros de agua y les obligan a alargar los plazos de turno de agua (de 15 a 20 días por ejemplo).

Conflictos

Un dueño que quiere vender su bosque a un maderero y talar todo. Las comunidades abajo, conscientes del efecto sobre el agua y organizadas, se oponen fuertemente; comprador (maderero) y vendedor renuncian finalmente. Mas luego, el dueño del bosque, para sacar su madera, abre un camino que pasa por otras comunidades, que son menos organizadas. Las autoridades dejan hacer.

2.2.3. Calidad del agua

Para avanzar, se necesita respuestas a las preguntas básicas: qué calidad del agua para los consumidores de agua tanto de la cabecera municipal como de los poblados rurales? En qué periodos críticos del año? Qué tipo de contaminación? quienes contaminan mas: los productores o la ausencia de saneamiento de las aguas negras de las comunidades rurales? En la parte rural, donde están las principales fuentes de contaminación: los productores o los beneficios de café? Dentro del mundo de la producción, quienes son los contaminadores mayores: los productores de hortalizas o los caficultores?

2.2.4. Una solución imaginada por Fondo de Agua: los comités de cuenca

Propuesta FDN

⁴⁴ El agua es un tema delicado, ningún candidato a alcalde propondrá durante su campana una modificación de la tarifa del agua.

La RBSM no es una entidad encargada de la gestión de un Parque o de un Área Natural. Su mandato es conservar zonas de bosque. Al contrario, la meta del Fondo de Agua mecanismo promovido por la FDN es el desarrollo, su estrategia abarca el manejo de todo el territorio (valles y montaña). El Fondo de Agua empezó en 2001 como un sistema de pago por servicios ambientales.

Su meta es transferir a la gente capacidad para manejar un tema que puede ser conflictivo en vez de que los diversos grupos interesados por el agua se enfrenten entre ellos mismos, para ser propositiva.

En la práctica, un comité de cuenca agrupa a todos los actores interesados por hacer algo para su cuenca, para satisfacer un objetivo común. Muy a menudo, las fuerzas de poder están desbalanceadas entre los actores (una empresa grande contra comunidades pobres, una municipalidad importante versus poblados rurales atomizados y pobres). Como, entonces, establecer un diálogo duradero entre ellos, acuerdos⁴⁵ entre usuarios de agua (Municipalidad, Empresas, hidroeléctrica, sistemas de riego) y proveedores de agua (zonas de captación de agua, nacimientos). Otro desafío consiste en capturar fondos para financiar las actividades (e infraestructuras necesarias), sabiendo que las evidencias representan la mayor fuerza de convencimiento en un país que no cuenta con una legislación sobre agua (esta en proceso de elaboración). Por falta de este marco legal, el sistema de comité de cuenca funciona bajo la voluntad de sus miembros.

Para Fondo de Agua, los requisitos básicos para crear un comité de cuenca son: i) voluntad de conservar la zona núcleo del al Bosque Nuboso) proteger la cuenca, iii) organizarse.

Fondo de Agua recibió en 2003 el "Premio Internacional para el Manejo Sostenible de Cuencas" que otorgó la aseguradora Swiss Reinsurance Company (Swiss Re). Fue seleccionado de un total de 105 concursantes de todo el mundo por su propuesta innovadora de crear un mecanismo para la generación de ingresos que permitan financiar actividades de manejo y protección mediante el pago por servicios ambientales dirigido a usuarios industriales principalmente embotelladoras, como Pepsi, Coca Cola y Ron Zapaneca⁴⁶.

A la fecha⁴⁷ se han conformado varios comités de cuenca: San Jerónimo (Salamá, Baja Verapaz), Achiotes (Gualán, Zacapa), Río Teculután (Zacapa), La Pita (Los Amates, Izabal) y Jones (Río Hondo, Zacapa).

El comité de San Jerónimo ya posee su propio reglamento sobre el uso del agua, (publicado en el diario oficial de la municipalidad) basado en procesos participativos y de consenso, que contempla una cuota por servicios ambientales a ser invertida en actividades de protección y conservación de las nacientes de agua para ésta cuenca.

Posición de algunas asociaciones de productores

Para ellos, lo primero es consolidar, fortalecer las bases sociales (en su diversidad) y construir con ellas las soluciones a los problemas que plantea el uso del agua.

No basta explicar los propósitos de comités de cuenca para que funcionen. Sin tener una base organizativa, no pueden funcionar los comités, ellos no pueden agarrar algo del aire. Hay cañeros, ganaderos, productores de granos básicos, de café, hay una diversidad y todos estos grupos deben de estar organizados, no solo los cafetaleros.... Nosotros trabajamos con las bases sociales; ADIPSA es un modelo de organización en la Reserva, que se podría replicar en otras zonas”.

⁴⁵ Con la desventaja que el acuerdo descansa sobre ninguna instancia dotada de una personería jurídica.

⁴⁶ Fuente : portal de WWF Centroamérica.

⁴⁷ Fuente: Eco-Index in www.defensores.org.gt

2.2.6. Cual es el problema central?

Se trata primero de identificar los problemas reales que se plantean a todos; a manera de ejemplos:

- Generar cantidad (y calidad) de agua suficiente en los meses de febrero a julio para abastecer en agua potable a los residentes del casco urbano y de los barrios de San Agustín.
- Generar agua para los productores de caña y frutales, ubicados en las orillas del Río Hato, Río abajo
- Generar agua en agua potable todo el año las comunidades rurales de la faja mediana
- Generar agua para los productores de las comunidades rurales de la faja mediana para regar sus cultivos (hortalizas, granos básicos)

A lo mejor, el municipio de San Agustín es una de las cuencas Sur de la RBSM para quien el agua no es todavía un problema agudo. Esto podría explicar tal vez la dificultad de emergencia de comité de cuenca.

2.2.6. Pistas de trabajo

1. La caracterización de la sub-cuenca (R. del Cid, C. Tot dec 2008) reporta una dinámica de la evolución de la cobertura forestal entre 2002-2007 (fig 9) dejando entender que la parte central de la cuenca registra menos perdidas que las partes occidentales y orientales. ¿Será por una mayor presencia de sistema de café bajo sombra? Será por una mayor ocupación del espacio? Por una combinación de ambos factores? Si resulta que la cuenca Aguahiel es mas deforestada, una comparación de los efectos de la cobertura forestal entre las diversas partes de la sub-cuenca (Aguahiel, Timiluya, Río Hato) pueda proporcionar informaciones de utilidad⁴⁸.
2. El gobierno impulso: i) programas de reforestación (con pino, cedro, caoba, etc.); a través el programa PINFOR⁴⁹ (hoy con presupuesto recortado), ii) el cuidado a los bosques naturales.
PINFOR sirvió sobretudo a los terratenientes. Se estableció un programa PINPET a nivel comunitario, para grupos comunitarios. Según varios informantes, el acceso a estos recursos por parte de los pequeños productores se hace difícil.
Es interesante comparar los resultados e impactos de estos programas en relación con la disponibilidad de agua.
3. Tal vez, seria interesante simular el efecto de la extensión observada de las áreas de café bajo sombra en el sector Delicias, Albores, sobre la disponibilidad del agua Río abajo en los meses críticos.
4. Comparar diferentes comités de cuenca en funcionamiento, su grado de articulación con los diversos sistemas agroforestales, sus resultados e impactos.
5. Colaborar con el Programa Gobernabilidad ambiental PNUD/MARN sobre el diseño y posible implementación de mecanismos de negociación de servicios ambientales en la sub-cuenca.
6. Imaginar la creación de una denominación de origen controlada “cuenca con alta calidad ambiental” (caña, frutales, café orgánicos)

La presencia de esta lista escueta no esconde la pregunta central para Cafnet si se considera que el agua entra en los servicios ambientales a los cuales contribuyen los sistemas agroforestales: qué datos tomar, qué registrar, medir, comparar? qué datos útiles generar? Qué informaciones, datos,

⁴⁸ Tomando en cuenta que las situaciones son dinámicas: algunos han reforestado y reforestan su finca en la parte arriba, otros despalan; se pierde granos básicos o cafetales por crisis, pero aparecen guaimiles: que balance sacar?

⁴⁹ Manejados por INAB Instituto Nacional de los Bosques

metodologías puede proporcionar Cafnet al conjunto de actores involucrados para facilitar la implementación de instancias de concertación respecto al uso, manejo y producción del agua?

2.2.7. Sistemas agroforestales y servicios ambientales

Explicitar la relación entre sistemas agroforestales (café, frutales) y servicios ambientales aparece necesario. Esta relación parece obvia para los investigadores. Para muchos de sus interlocutores, que no son investigadores (entrevistados durante la misión), no es la preocupación inmediata. Sin embargo, se muestran interesados por esta curiosidad ya que practican algo que un día podría convertirse en servicios reconocidos. Solicitan informaciones y explicaciones.

Varios agricultores de la sub-cuenca, con sus esfuerzos de 15-20 años, han (re-)construido suelos y paisajes a partir de suelos degradados. Caso particular de los agricultores orgánicos (por ej Juan Mendez). Es una contribución ambiental importante que ha dado lugar a ninguna compensación económica. Sería una tarea básica de Cafnet-Guatemala dar a conocer esta contribución significativa.

III Cafnet-ear: un reto para la Investigación en cuanto a su modo de intervención

Esta parte trata el enfoque de la investigación, mas que su contenido examinado en partes anteriores.

3.1. Las expectativas respectivas

3.1.1. Modo de presentación de los investigadores Cafnet

Con muy buena intención, los equipos técnicos Cafnet se presentan como gente de estudios, pidiendo colaboración a los otros (instituciones, productores, asociaciones de productores), con el riesgo de sobre pastoreo de algunos sitios (y productores), ofreciendo una metodología clásica y aceptada: un tema, un estudiante (sin buscar que sea nacional), una finca prestada, un asesor, un presupuesto y promesa de resultados para el final.

3.1.2. Expectativas de los productores de café

Los productores de café de la zona están con cierta desconfianza o reserva frente al tema de las certificaciones (ver parte anterior). Frente a la oportunidad Cafnet, lo que esperan es: i) aumentar la productividad de sus cafetales, ii) acceder a un mercado que reconozca la calidad de su café (escaparse de los coyotes que les ofrecen el mismo precio para un café que sea de altura SHB o de bajura) y le garantice precios aceptables.

Algunos dirán más tajantemente las esperanzas de ciertos productores: resultados, hechos, evidencias lo que se traduce en mercado fácil, precios favorables e individualismo mantenido.

Los productores recuerdan tiempo pasado con relaciones con la FDN no forzosamente de su gusto y hasta conflictuales. Su sentimiento es que la FDN se (pre-)ocupa mas de los árboles, de la fauna que de la gente. Por fin ven aparecer a Anacafé del cual solo habían oído hablar hasta la fecha.

Para algunos dirigentes de organizaciones, CAFNET Guatemala es un “*espacio de trabajo para que finalmente la caficultura de la cuenca se desarrolle y consecuentemente los pobladores tengan beneficio*” y esperan del proyecto CAFNET que refuerce las capacidades instaladas, que contribuya significativamente a la organización y articulación de sector productivo.

3.2. Pasar de dialogo en construcción a mecanismos operativos mas participativos.

Por otro lado, estamos frente a una doble declaración. Los investigadores son claros “al final, les entregaremos todo lo producido. Ojala sirva! Mientras tanto, trabajamos en la transparencia; a lo largo del proyecto, les damos copia de todos los materiales escritos que tenemos y manejamos”. Los agricultores, de su parte, manifiestan su interés por participar desde ya, desde la construcción de (parte de) la agenda de investigación.

Como resultado del esfuerzo aglutinador del Comité Local Cafnet y bajo el impulso de ADIPSA, emergió una solicitud de atacar más de lleno el reforzamiento del sector cafetalero de la sub-cuenca. En diciembre 2008, el Comité Local organizó un taller dedicado a la elaboración de una propuesta llamada “proceso de fortalecimiento de la caficultura en la sub-cuenca. Problemática de producción, beneficiado, comercialización y organización para identificar alternativas”. Fueron los primeros pasos. El plan de actividades 2009 Cafnet inscribió un aporte financiero como contribución a estos trabajos.

Esta iniciativa en marcha refleja la voluntad de los usuarios de la Investigación para ejercer un protagonismo mas abierto que lo que ofrecía en sus principios la operación Cafnet. Dicha propuesta invita a pensar el desarrollo del sector cafetalero en estrecha articulación con los

productores de los otros compartimentos del territorio (son mas pobres⁵⁰, tienen menos opciones, viven en condiciones menos favorecidas), a imaginar formas de articulación entre ganaderos, cañeros y caficultores, a buscar beneficios reales tanto para todo el sector productivo como para las poblaciones rurales.

Un instrumento de Cafnet son las 24 parcelas demostrativas⁵¹ de validación de sistemas agroforestales. Unos las observan como una situación donde los investigadores pecan por exceso de sobrepastoreo; otros las ven como una oportunidad para construir mecanismos de construcción colectiva de respuesta a problemas planteados por los agricultores, como un mecanismo para responder al deseo de las asociaciones “reforzar las capacidades instaladas de las organizaciones, articular el sector productivo”. El reto es como sacar un provecho que va mas allá que la sola producción de datos? Esto invita a ir mas allá de los carriles instalados, a imaginar opciones nuevas como por ejemplo:

- asignar mas responsabilidades a las asociaciones (Albores, Adipsa) en el co-pilotaje de ciertas actividades (diseño y manejo de ensayos, organización de intercambios, etc.)? El manejo de un conjunto de 24 agricultores constituye un buen aprendizaje para fortalecer las capacidades para negociar.
- no pensar sistemáticamente para realizar las tareas en un estudiante externo sino movilizar gente ya preparada por Adipsa en los años anteriores (u los Albores u otra) u otra opción (maestros rurales, hijos de productores) para levantar encuestas, realizar estudios, manejar ensayos... ?
- Combinar acciones individuales y colectivas.
- Organizar estudios sencillos para medir (simular) la cantidad y calidad de empleos creados por el sector cafetalero y que benefician a las poblaciones de las partes bajas, los flujos de compra de granos básicos por los cafetaleros a los productores mas pobres de las partes bajas, etc..).
- etc.

El proyecto Cafnet Guatemala aparece como un ejemplo claro de un reto clásico: una pregunta de desarrollo planteada por organizaciones de productores se enfrenta con una iniciativa de Investigación que le ofrece una oferta diferente a su preocupación.

⁵⁰ Respetando toda proporción, los cafetaleros son los privilegiados de la cuenca.

⁵¹ De este total de 24, 6 agricultores son miembros de los Albores, 6 de Adipsa, 5 fueron propuestos por Don Chus, 3 salieron de un encuentro de capacitación, 4 rebuscados.

IV Anexos

4.1. Programa de trabajo

Lunes 16

- Alma Quilo : coordinadora nacional del proyecto Cafnet (desde diciembre 2008)
- Virginia Aguilar: Anacafe, Departamento Medio Ambiente
 - Ex-certificadora en una agencia de certificación
 - Ex asesora de productores en certificaciones para una exportadora de café
- Edgar Lopez Anacafe, encargado de certificaciones en
 - Uno de los 3 técnicos pioneros dentro de Anacafe sobre el tema de la caficultora orgánica y sellos/certificaciones (en 199.), uno de los principales redactores del documento publicado por Anacafe sobre sellos/certificaciones
- Edward Morales tecnico Anacafe asignado a la región 3 (Progreso) para la asistencia tecnica en café. Es el tecnico de Anacafe que interviene en el sitio de intervención en Río Hato
- Enrique Abril. Responsable regional de la oficina de UTz Certified
No trabaja en la RBSM, porque no tienen demanda ni de la industria ni de los propios productores

Martes 17

- Reunion con Anacafe
Subgerente y personal tecnico
- Reunion con FDN
Cesar, Rudy, Oscar, Carlos
- Reunión con MARN Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
Entrevista con Byron Medina (ex-coordinador nacional de proyecto Cafnet), “padre de la criatura Cafnet” y ahora responsable del Programa conjunto “Fortalecimiento de la gobernabilidad ambiental ante el Riesgo Climatico en Guatemala” MARN/PNUD
- Reunión con Carlos Velazquez, responsable (desde 5 meses) del Fondo de Agua (comité cuencas, mecanismos de pago de agua como servicios ambientales)

Miercoles 18

- Traslado a San Agustín
- Reunión con equipo FDN (presentación plan actividades 2009, de las actividades ejecutadas desde el arranque del proyecto Cafnet
- Almuerzo con Hugo y Jose Humberto de ADIPSA
- Reunión con comité local (presentación propuesta, presentación Oscar Avalos sobre manejo recursos hídricos, presentación SAF India)

Jueves 19

Visitas de campo

- Agricultores que llevan parcelas demostrativas
 - Johny y Arturo
 - Tio Juan Mendez
 - Don Luis Morales
- Productor, comprador de café: Don Jesus

Viernes 20

- Taller de diagnostico Integral de fincas de café con sombra
- Entrevista con representante de asociación Los Albores: Alberto ..
- Debriefing con el director de la RBSM, Cesar Tot
- Entrevista con el director de la asociación ADIPSA: Hugo Albizures

Sábado 21:

- Traslado con Rudy del Cid a las regiones al Norte de la Sierra de las Minas
- visita organizada por Ariel Saucedo de FDN a San Vicente I, en la Tinta, comunidad socia de APODIP

Domingo 22: visita a San Vincente II , la Tinta, comunidad socia de APODIP

Lunes 23: Coban

- Reunión con ForesTrade, Coban: Fernando y Martin
- Reunión con Marvin Lopez, gerente de APODIP
- Reunión con el director Regional de Anacafé
- Regreso a San Agustín Acasaguastlan

Martes 24

- Discusiones entre Director ADIPSA (Hugo), coordinador local Cafnet (Rudy del Cid)
- Reunión con el presidente de la asociación los Albores: Erwin Albizures
- Reunión con Milton Fajardo productor de caña

Miércoles 25 febrero

- ❖ 9:00 -10:30 am. Reunión Rainforest Alliance. Contacto: Rebecca Sanborn (teléfono: 23835757)
- ❖ 11:00 - 12:30 am. Reunión Mayacert. Contacto: Rodolfo Guzmán (teléfono: 23618201)
- ❖ 2:30 – 4:00 pm. Reunión FIIT (Fundación Interamericana de investigación Tropical). Contacto: Conrado Guinea. (teléfono: 22883131 / 55 11 21 13)

4.2. **Presentación de diferentes organizaciones de productores**

1.4.1 APODIP

a) Visita y entrevista con la comunidad de San Vicente II, con 20-25 personas (incluyendo una decena de mujeres)

- 1 300 m altitud; esta altura corresponde al límite inferior del Bosque Nuboso de la Sierra de las Minas (en la parte Sur, el borde inferior se encuentra a los 1900-2000m)
- Comunidad de 23 familias
- Zona de frontera agrícola
- Trópico húmedo, llueve todo el año (la lluvia baja en marzo-abril)

En el valle, hiper concentración de la tierra con el nuevo ingenio de azúcar (inaugurado en fev 2009). Por otro lado, crisis del café, las fincas⁵² cafetaleras de las partes bajas dejaron el café, repartición de tierras, pleitos de los dueños con sus colonos (ex-trabajadores) que reclamaban sus prestaciones sociales.

En la parte de arriba, las comunidades siguieron con sus cafetales desordenados. Forestrade los busco por cultivar café de altura, para exportar café de calidad. “Nos acompañaba, apoyaba con asistencia técnica. Forestrade exporta productos orgánicos, vainilla, cardamomo, banana, madera, café. Ahora se han desligado, buscan autonomía. Forestrade tenía su personal propio, exportaba, ofreció un sobreprecio”.

La gente de San Vicente II viene de Sacsamani (zona de café en Purulha). Los pioneros llegaron en 1978, los otros en 1985. En estas alturas, maíz no funciona ni el frijol, solo el café y cardamomo. Son los únicos cultivos “anti-pobreza”.

Don Mariano, dirigente de San Vicente II, informa⁵³:

En 2001, Forestrade visito la comunidad, levanto un diagnostico (qué hacemos, como lo hacemos, qué resultados, desde cuando, si usábamos químicos, etc). Forestrade apoyo para formar una organización de productores.

En 2002, la comunidad acepto trabajar con Forestrade. Fue la 1era comunidad en aceptar trabajar con Forestrade

En noviembre 2003, se formo APODIP aquí

En 2001, Forestrade no compraba. Consiguió para nosotros un comprador (a 150 Qz/qq pergamino). Buscamos alguien que nos ayude. Juntamos 60 qq. Entregamos abajo (la Tinta) a un coyote tradicional que nos ofrecía 180. Decidimos llevarlo hasta Coban al beneficio que consiguió Forestrade que nos ofreció 250 Qz. Ahí nos dimos cuenta que existía otras opciones y que Forestrade no era mentira. Este año producimos 215 qq, el café es inestable, un año produce mucho y el año siguiente merma.

De 2003 al 2008, Forestrade nos apadrino mucho, con capacitación, con lo que sea.

En 2008, nos desligamos, nos dejo solo. Fue año de la independencia. Con ella, APODIP va para adelante:

- i) existe mas paises compradores (USA, Belgica)

⁵² La palabra “finca” puede ser engañosa. En Guatemala, se refiere a unidades de producción, a empresas grandes; se habla de fincas cafetaleras. En caso de unidades de producción mas pequeñas, se habla de productores de café.

⁵³ El intercambio se hace en Queckchi.

- ii) por ser una organización, vendemos directamente y los coyotes tienen que alinear sus precios
- iii) hoy los campesinos fortalecen sus parcelas (quiere decir siembran mas café). APODIP cuenta con 26 comunidades, desde Purulha, Panzos, hasta Tucuru, Telemán. La ONG TRIAS apoya a APODIP en fortalecerse

Hemos crecido con café, el sirve para nuestra comida ya que aquí no se da el maíz, ni el frijol. El café es un solo periodo (nov-febrero) donde recibimos dinero. Pasamos 8 meses /año sin nada, necesitamos apoyo financiero para estos 8 meses.

El 5 de marzo será la próxima entrega. Antes de comprar, la Empresa realiza una catación. Café de 2da esta a 830-840 (1era calidad será 880)

Con el desligue de Forestrade, la idea es acceder a préstamos que serán descontados. La comunidad vecina, Paraíso, logro conseguir un dinero por capital semilla.

TRIAS paga los gastos operativos de APODIP (computadores, material de oficina, vehículos, etc), otros apoyan para el financiamiento

San Vicente II fue premiado con un bono (5 900). El 1er año, nos repartimos equitativamente. El 2do año guardamos para formar un fondo, ir acumulando, hacer un beneficio con un secador Guardiola (actualmente tenemos un secador solar sencillo)

Aprocom (zona Purulha) vende café a APODIP para exportarlo directamente. Faltan todavía documentos a APODIP para exportar (algo como registro mercantil fiscal)

FLO dio un bono exportador. No ha sido fácil trabajar con ellos

Sobrepeso insuficiente. No compensan todos estos esfuerzos, los requisitos, los papeles, el mejor precio sería de 1000 Qz por arriba

Extrema pobreza; la construcción de la última trocha duro un año, comenzó en 2005 y terminó en 2004 (sic). Finalizo en 2006, con proyectos externos y la municipalidad.

Rendimiento café: 4 por 1 (de cereza a pergamino)

Producción 200 tareas Da un promedio estimado a 10-12 qq/Mz

Café natural, no orgánico (no aplicamos nada, podan, deshijan, deshieran,)

Factor limitante N° 1: el secado. De ahí la propuesta de secador solar sencillo en espera de un secador mecánico y con leña.

b) Visita y entrevista con la comunidad de San Vicente I (una buena veintena de personas)

Mismas condiciones geográficas que San Vicente II;
Comunidad tiene luz (a diferencia de San Vicente II); 3 o 4 iglesias diferentes.
Comunidad de 90 familias

Visita y explicaciones de la secadora mecánica (guardiola) de café. Para la cosecha 2008-2009 hicieron 11 secadas. Cada una dura 40 horas seguidas y ocupa 2 m³ de leña⁵⁴. La secadora acepta 40 qq de café lavado del cual salen 20-22 qq pergamino. Su rendimiento promedio es de 4.75/1 (cerezas versus pergamino). Aprendieron a manejar la guardiola en las fincas hoy quebradas donde anteriormente trabajaban como colonos.

Don Emilio, líder de la comunidad y, a la vez, presidente de APODIP⁵⁵, se expresa (en quekchi):

La comunidad estaba para ver como hacer llegar un camino desde abajo. Aparecio una ONG (Coopimundo de Italia), propuso un centro de acopio a nosotros y a las otras comunidades para beneficiarse de la infraestructura. Solo quedaron y aceptaron San Vicente I y Paraiso Privado.

En 2002, 48 personas se inscribieron para hacer parte del proyecto (beneficio húmedo + secadora mecánica). En 2002 se fue Coopimundo. Este mismo año, la comunidad compro la Guardiola. En 2003 apareció Forestrade, apoya la organización. La comunidad vende a Forestrade que exporta hacia los USA. Se gestiono otros proyectos antes el FIS; En 200—2007 regresa Coopí (es diferente de Coopimundo) en la Tinta. Las comunidades fueron a buscarle para conseguir una bodega. De una vez Coopí acepto. En 2007 se finaliza la construcción de la bodega con una capacidad de 6 000 qq. En 2003 queda registrada APODIP que integra 26 comunidades de un total de 110 en la zona de la RBSM, abarcando los 4 municipios de Panzos, Tucuru, Tinta/Teleman y Purulha. Cuando las otras comunidades se dan cuenta, empiezan a mostrar interés.

La Junta Directiva de APODIP cuenta con 7 miembros; las elecciones se dan cada 3 años. Existe un comité de vigilancia, un comité de credito. Cada una de las 26 comunidades tiene su comité de comercialización. En APODIP trabajan 3 técnicos en Coban, de nivel maestria, expertos en café, en manejos de grupo y han trabajado anteriormente en Forestrade.

TRIAS apoyo tambien, dio condiciones para trabajar con Forestrade, propuso que APODIP se independizara. Se examino con Forestrade la capacidad de APODIP de desprenderse de Forestrade, el cual acepto. Coopí apoyo con un vehiculo para el gerente, con el alquiler de oficinas en Coban. El gerente y los 3 técnicos son pagados por subsidios (TRIAS); como vimos que era insuficiente, APODIP contrato 2 promotores. Yo (Don Emilio) me reuní con TRIAS en El Salvador (donde tiene su oficina) para conseguir un proyecto de 6 años (2007-2013). Forestrade preparo el equipo; bajo Forestrade APODIP formo al gerente actual, a 3 técnicos, al administrador.

Cual es el recorrido del camión cargado de café que acaba de salir de San Vicente I⁵⁶ ?

Baja a la Tinta, junta cargas de otras comunidades, va para Coban al centro de acopio de APODIP (centro alquilado); ahí maquilan el café, lo empacan con sellos, lo colocan en contenedores que se van al puerto de San José junto con café orgánico de otras OP y llegan a empresas/compradores de Holanda, Bélgica, USA, Inglaterra, Nueva

⁵⁴ Los agricultores llegaron en el lugar hace 30-40 años, despalaron los bosques y todavía les queda buena leña.

⁵⁵ Al momento de arrancar los intercambios, un joven toma apuntes. Es el encargado de levantar las actas de la reunión, para guardar huellas de lo que se comento.

⁵⁶ De las 11 partidas que cargaba de San Vicente I, 1 salio estricto duro y las 10 otras duro.

Zelandia (donde esta la casa matriz de Trias). Forestrade nos abrió las puertas, hizo contactos, abrió ventanas de nichos de mercado. Existen otras organizaciones que proponen tipos de préstamos.

APODIP exporto 3 contenedores para las cosechas 2003-2004 (a 350 Qz/qq oro) y 2004-2005 (450 Qz/qq), 10 para la cosecha 2005-2006, 6 para 2006-2007 y 13 para la de 2007-2008 (775-800 Qz/qq). La meta es de 20 contenedores para 2013.

APODIP paga la certificación orgánica (60 000 Qz), Trias paga la de FLO. FLO entrega bono de 10\$/qq oro. Al inicio, nos repartimos entre todos. Después examinamos cual era la función del premio del sello. Era hacer algo para el bien común, entonces pensamos en un fondo propio, un fondo tipo semilla. San Vicente II guarda el dinero en el banco, es para mejorar la secadora mecánica, para los gastos operativos del secador. Algunas comunidades guardan el dinero por cualquier emergencia (por ej, para el fallecimiento de un miembro de la comunidad). La idea de San Vicente I para el futuro es utilizar este dinero para comprar más terreno para sembrar café, para ayudar al centro de salud, para mejorar las aulas y la escuela.

Para el futuro, como APODIP queremos: i) hacer alianzas para seguir el proyecto, ii) crear un fondo propio

Un grupo de participantes toman la palabra para recalcar los beneficios que ha generado APODIP con su proyecto:

- i) la infraestructura de la bodega ayuda a proteger el café de la lluvia, a no perderlo
- ii) sin APODIP los coyotes harían fiesta. Ahora con la asociación, los coyotes tienen que alinear sus precios sobre los de la organización
- iii) es un ejemplo interesante para los hijos de los productores.
- iv) vemos beneficios al independizarnos, conocemos más, nos metemos mas en el proceso.

La situación es atípica. San Vicente I produce entre 210 qq (cosecha de 2008) y 300 qq (cosecha de 2007) y cuenta con una bodega de 6 000 qq de capacidad. Un calculo rapido determina que el conjunto de infraestructuras (bodega + despulpadora + secadora) representa un costo aproximativo de 600 000 Qz⁵⁷.

Ecocert, Maya-cert nos manda a cumplir las normas (manejo de sombra con 2 especies nativas el choc-choc (Inga) y otra, etc). Es regeneración natural. Cada año se hacen podas selectivas, para dejar 2-3 retoños por mata. Las plagas y enfermedades, comentan los participantes, se mantienen a niveles razonables.

Maya-cert ha venido a hacer inspecciones. APODIP esta montando un sistema interno de control (con la presencia de Pablo, el joven promotor).

36 familias de San Vicente I y Paraiso son miembros de APODIP; algunas entregan 3qq de café, otras 15 qq (rendimiento 22 cuerdas dando 5 qq).

Para la comunidad, renovar su cafetal quiere decir, hacer podas selectivas, manejar la sombra y los suelos. Para los participantes, en el futuro debería de incluir mas gente, ir mas allá de las 36 familias (no todas producen café). Diferentes argumentos van para los que no pertenecen al comité de comercialización de café: producen demasiado poco café, no

⁵⁷ Coopi UE tenía una meta: crear un beneficio de café central en San Vicente I. Contra las recomendaciones de Forestrade que opinaba a favor de beneficios pequeños en cada comunidad. Salio un mini monstruo (menos grande que el beneficio monstruo que apareció en los Albores después del Mitch).

pagan cuotas, no quieren gastos adicionales, no le gusta trabajar en grupo, prefieren quedarse con el sistema convencional (en sistema convencional no aplican fertilizante, lo único que aplican es un poco de gramoxone para la chapia).

Comentarios:

Hechos observados (sin necesidad de explicaciones discursivas) señalan la madurez del grupo:

- desde el inicio del intercambio, un joven levanta las actas (sin que nadie le recuerda esta tarea; aparece como rutina de trabajo) y al final las hace firmar por las autoridades y visitantes
- tres grupos de personas intervienen naturalmente (sin distribución de la palabra por alguien) según el tema tratado: si se refiere a la política general u organización de APODIP, la palabra va a su presidente, si la conversación gira sobre temas técnicos, hablan los miembros del comité de comercialización, si enfoca un tema todavía mas específico (ejemplo la secada del café), entonces los encargados de esta función entran.
- Al final, todos invitan (a pesar de la hora tardía para el almuerzo) a visitar las instalaciones.

c) La linda experiencia de Forestrade Guatemala⁵⁸ Entrevista con los responsables en Coban.

1996.

Nace Forestrade. Su fundador (norte americano) después de muchos años de trabajo en Indonesia, propuso a propósito de una consulta por WWF para proteger un parque nacional que se diera al cultivo de importancia del lugar (la canela) un sello orgánico. Al poco tiempo se dio cuenta que no existía ningún mercado, lo que lo empujo a crear Forestrade como empresa lucrativa con enfoque social y ambiental. La oficina de Indonesia llego a tener 50 trabajadores que comercializa una diversidad de especies bajo el sello orgánico: clavel de olor, jengibre, canela, vainilla, pimienta etc...

1998

Forestrade establece su oficina en Guatemala en junio 1998, trabajando con cardamomo y pimienta gorda. La misión de Forestrade⁵⁹ es de promover la agricultura sostenible y de mejorar la situación de mercado a largo plazo de los pequeños productores. El personal guatemalteco de Forestrade proceden de ONG's que se planteaban inquietudes fuertes "tanto dinero que mueven las ONGs, tantos carrones! y qué resultados finales?". En 2000, Forestrade trabaja con achiote, cardamomo, pimienta gorda: acopio, certificación, exportación hacia Forestrade Vermont (casa matriz) en los USA, hacia Holanda utilizando los servicios de Café Internacional SA (empresa que beneficia y asegura el transporte).

Como el cardamomo tiene precios volátiles, es mejor para el productor que busque otros productos para comercializar. Se pensó en un programa de diversificación, con vainilla, nuez de ramón, café. Como este último era el mas adelantado, Forestrade se involucro en café a pesar de que sus técnicos no sabían nada del café y de el solo tenían el deseo. El Programa de Forestrade en Guatemala se concentro entonces sobre vainilla, cardamomo y café.

Por ser una SA, Forestrade no tiene acceso a fondos de donación. En 2003, durante la cumbre de Sudáfrica, la ONU la premio por su enfoque social y ambiental. Hasta 2007 Forestrade trabajo en Indonesia con café bajo el sello orgánico con una cooperativa importante que llego a exportar hacia los USA hasta 110 contenedores de café. Esto

⁵⁸ Entrevista con los responsables de Forestrade en Coban.

⁵⁹ Ver su sitio www.forestrade.com

contribuyo a armar el reto de exportar 20 contenedores de café guatemalteco procedente de la zona de la RBSM, con el esfuerzo de todas las organizaciones de productores. Viendo que el café de la RBSM es de mala calidad, Forestrade Guatemala vende la idea de proteger la RBSM aun con café de calidad inferior.

Nadie del personal de Forestrade Guatemala conocía el café. Vino Patrick X... , un francés, para hacer un diagnostico de la situación. Iniciamos un proyecto, sin financiamiento de partida y con 3 rubros. Un técnico guatemalteco que había trabajado en CARE y después durante 7 años había administrado una finca de 100 caballerías en el Polochic y por lo tanto conocía a la vez el café, la administración, el mundo de las organizaciones de productores integro el Forestrade Guatemala.

2002

En 2002, el equipo empezó a trabajar en café, busco plata para café con sello orgánico y Fair Trade. Éramos considerados como locos “como van a llenar un contenedor de café de esta zona donde no hay carreteras ni caminos, donde se producen parches de café, donde no da mucho el sol en noviembre-febrero para secar el café que se queda entonces fermentando?” El grupo venturero de técnicos (que además no sabían nada de FLO) no podía parar contra las normas de los USA.

2003

En 2003, exportamos 3 contenedores de café procedentes de 20 comunidades (con productores que a veces entregan 1-3 qq), completado con café de ADIPSA, de Jalapa.

Llegábamos a las comunidades con el discurso “somos una empresa, favorecemos las exportaciones. Queremos romper las relaciones entre intermediarios y campesinos. Y ellos te mandaban a la m.... toda su vida habían sido engañados, nos les habían pagado.... Como éramos necios, seguíamos “piénsenlo! la próxima semana, venimos para una reunión” ... en las primeras inspecciones, nos encontrábamos a veces a medio camino con un grupo de campesinos con palas y piochas con el pretexto de que iban a componer el camino; no querían dejarnos pasar. “den-nos oportunidad!”

En 1993, técnicos de Forestrade y agricultores habían trabajado con cardamomo; ellos hablaron, explicaron la metodología, unos 10-13 campesinos trabajando con 30-40 qq/comunidad.

Forestrade distribuyo material de secado solar.

Paralelamente, llevábamos el proyecto de vainilla.

Los compradores de los USA quieren sello orgánico + FLO. Vino gente de los USA con carta de compromiso de compradores USA. La acreditación de FLO es diferente de la del sello orgánico. FLO exige organización de productores, lo que nos llevo a pensar crear lo que iba a salir como APODIP. Sellos y certificaciones descarados que son muy exigentes con campesinos que no saben leer el español, solo hablarlo y se muestran blandos con agrupación de cooperativas comercializadoras de café Fairtrade que no brillan por la transparencia de sus operaciones. Se creo APODIP.

2003: la 1era Junta Directiva era compuesta de solo gente de San Vicente (lugar donde se creo APODIP)

2006: la 2da JD: Cancoy y otras comunidades entraron

La 3era JD: compuesta por miembros de diversas comunidades (23 comunidades pertenecen a APODIP)

2005

Anexión del grupo de fincas comunitarias de las partes bajas. El fundo de Tierras distribuye fincas cafetaleras quebradas (por la crisis del café) a grupos comunitarios, a

ECA Empresas campesinas agrícolas. La única ECA en la RBSM es la de Pueblo Nuevo, esta en la parte baja. Se identificaron fincas en Purulha, en Santa Teresa con capacidad de entregar volúmenes importantes (3-4 000 qq) versus los reducidos montos de las comunidades de las partes altas (250-300 qq).

Se anexo 4 fincas colectivas bajo la sombría de APODIP: Sta Teresa (capacidad de 3-4 000 qq), Nueva Esperanza (700 qq), X.... (400 qq), Paján (400 qq), café duro o semi-duro. Son fincas en recuperación, presentan un fuerte potencial de incremento. Mas luego, en 2009 Santa Teresa quiere su propio sello, su acreditación FLO y se independiza de APODIP.

Socios del tamaño de Santa Teresa significa para APODIP otra escala y mucho dinero para asegurar los adelantos necesarios o para pagar las inversiones necesarias (remodelación del beneficio⁶⁰)

2006

Existían 2 OP: APROCOM Asociación de productores de la Cuenca de Matanzas en Purulha (acreditada por FLO en 2001) y APODIP. FLO cobra para las 2 OP; lo mejor era tener una sola para abaratar los costos. En 2006/2007, los socios de AProcom pasan bajo la sombría de APODIP

Forestrade hablaba de transferir su proyecto café a APODIP

2007

FLO exige una relación la mas estrecha posible entre el comprador y el productor (sin pasar por Forestrade). Forestrade Vermont veía que el proyecto café no era rentable para ellos como SA. Forestrade SA no cabe en el modelo FLO. Y Forestrade Guatemala presta servicios a Forestrade Vermont USA.

“Como APODIP puede hacer nuestro trabajo sin echarse a perder?” Teníamos el ejemplo de APROCOM legalizada en 2003; su Junta directiva nunca se reunió y no sabía que hacer, APODIP no era todavía legalizada.

Para Forestrade, crear APODIP significaba plata. Por otro lado el proyecto PRodever (UE) tenía como meta apoyar la creación de organizaciones de productores, conseguimos dinero de el. Forestrade trabajo en el fortalecimiento de organizaciones; i) crear APODIP, ii) monitorear los resultados de APODIP.

Inicio de 2007: visita de Pierre, un oficial irlandés de la oficina de FLO en el Salvador. Su meta es apoyar a los grupos de productores de America central.

2006-2007, la oficina Forestrade Guatemala consigue financiamiento de Doen FOundation para apoyar el sector café en Guatemala. Sirvió para apoyar el equipo técnico de Forestrade.

Julio-agosto 2007, llega a Cobán un belga Ben Weiser de la ONG TRIAS. Busca OP para fortalecer sus capacidades para mercadear sus propios productos. A cada inicio de cosecha, Forestrade Guatemala no sabía si iba a recibir apoyo de Forestrade Vermont. Con la llegada de Trias, el cielo se abrió para APODIP.

Agosto 2007, se escribió una propuesta para TRIAS con 3 componentes

- fortalecer una OP: caso de APODIP
- fondo para financiamiento: canalizado a través de ADP
- fondo micro-crédito: a través de Fundación del centavo

2008

Febrero 2008: desligamiento oficial de APODIP. Forestrade Guatemala le transfirió el Sistema interno de control SIC, un técnico como gerente de APODIP, 3 técnicos y toda la

⁶⁰ Consiguieron 100 000 \$ de Japón para remodelar el beneficio.

información. Forestrade Guatemala queda con el compromiso de accesoria en el mercadeo del café hasta la cosecha 2007-2008, rompe los contratos laborales en octubre 2008, (la jefe de Oficina de Coban va a trabajar para CRS en Nicaragua).

“qué es APODIP?” cuando se tiraba esta pregunta en las comunidades del 2002 al 2007, poca gente sabia que era. Ahora ellas se estan apropiando “somos de APODIP”. Con los riesgos y dificultades. Por ej., la comunidad de San Vicente, contra las recomendaciones de Forestrade, decidió comprar un camión. Fracaso rotundo.

APODIP produce café orgánico + FLO (nada de convencional). Vienen compradores de 6 países diferentes. APODIP establece contrato con ellos.

Doen sendorf es una empresa que maquila y transporta el café

El primer año APODIP pago el café a los socios 700 Qz/mas un premio FLO de 5 \$/qq oro. Las normas aducen que es la AG que decide la repartición del bono. Fuimos a consulta. La AG decidió repartirlo entre ellos (lo utilizaron para comprar ropa, comida).

Con la introducción de las fincas de Santa Teresa se realizo un desbalance entre comunidades que entregan volúmenes importantes (3 000 qq entre 204 productores) y comunidades que entregan 50 qq.

La fuerza de una organización es su honestidad, demostrar que somos honestos, que queremos apoyar el movimiento; es toda una batalla entre principios/visión y aspectos empresariales. Honestidad a costo de mantener los principios orgánicos versus los de una empresa donde lo mas importante es ganar plata. Normas han llegado y van a seguir, pueden matar y estrangular el movimiento. FLO + café convencional es mas fácil. La Unión Europea no quiere implementar un sistema interno de control (SIC).

Forestrade certifico 195 productores de cardamomo en 450 parcelas. La norma exige una inspección al año de cada parcela; los costos van disparando. NOP USA no acepta dentro del SIC grupo de productores como APODIP. Un inspector externo inspecciona 20-30 de los productores con un costo diario de 250 \$, un inspector de NOP inspecciona el 100 %. Pasamos de enero a julio/agosto haciendo inspecciones. No aceptan productores con parcelas paralelas, deben de tener el 100 % orgánico para tener menos chances de entregar productos contaminados. Si un agricultor quiere estar en el grupo, tiene que cosechar a parte 3 surcos antes de la cosecha del organico. Qué flexibilidad!

Hemos ganado la confianza de las certificadoras que aceptan ahora nuestro SIC. Podemos trabajar como inspector para un productor de una comunidad, no para 10 productores de una comunidad. El técnico es visto como un inspector externo que desconfía. Además cada inspector tiene su propio inspector. En una misma parcela hemos visto: i) un inspector Forestrade, ii) un inspector externo, iii) un inspector de la certificadora ubicada en los USA, iv) un responsable de la auditoria del SIC de Forestrade.

Varias gorras contrastando llevábamos. Por ejemplo, el inspector detecta un riesgo de contaminación, luego el asesor indica lo que hay que hacer, tercero se hace la capacitación. Se planteaba la necesidad de separar las funciones.

Ejemplos de comunidades en superación, como indicador de éxito de Forestrade.

Cancoy

El mismo grupo esta sancionando a sus vecinos. Unos 50-60 productores producen cardamomo; sacan 135 000 Qz cuando el precio del cardamomo es bueno. Iniciaron en

1999. La comunidad esta cerca de Pueblo Viejo. Cuando el Río Polochic crece, el precio puede ser alto en Coban, bajísimo en la comunidad. Los intermediarios se aprovechan. Conseguimos financiamiento y crédito para secadores. Hoy en día Cancoy tiene 3 secadoras y compran los productos de los socios certificados. La carretera no llega a la comunidad, termina a 45' a pie de la comunidad. Los campesinos tuvieron que cargar a espada piezas de la secadora (hasta de 5 qq). Lo mismo con el cardamomo, lo bajan a tute hasta el lugar donde entra el pick up (45'); de ahí sale pick up que llega hasta el pueblo donde entra el camión que tiene que cruzar un Río (sin puente).

Este grupo organizado informal se responsabiliza por acopiar 2 veces a la semana el cardamomo en cereza y en verde (llevan un formato impreso a nombre de cada productor, un cuaderno de registro donde cada uno firma la cantidad de bultos entregados). La secadora tiene una capacidad de 60 qq cereza, para tener un proceso adecuado tiene que trabajar 35-40 horas. Lo embolsan en saco de nylon de una libra que introducen un saco de propylen de 125-135 lbs. El costo de transporte es de 50 Qz/bulto. El Río Pueblo Nuevo no tiene puente y se crece.

Todo el proceso esta documentado, todo transparente “yo entrego 7 qq, tiene que estar en el cuaderno” y en el formulario aparece la cantidad, el precio. La organización trae sus formularios de compra, de secadas (partidas), de transporte (cantidad de bultos, costo).

El éxito depende del liderazgo: una persona muy honesta, sincera, abierta, amplia, capaz, muy responsable, que sabe elegir la gente que conforma la junta directiva, que delega responsabilidades, que los acompaña, que sabe evitar la destrucción del sistema que se construye poco a poco⁶¹. Dicho con otras palabras, lo contrario de: concentración de poder, caciquismo, manipulador, acaparador, canalizador hacia su propio interés, ...

Comunidad Waxabajá

No existe un liderazgo nato sino un grupo de varios líderes. En 2003 pagaron una finca de 400 000 Qz y la pagaron con 3 años de buena cosecha y precio de cardamomo. En 2007, compraron 2 caballerías con su cardamomo. Son visionarios, adquieren mas tierras, manejan el dinero de manera transparente, sin malversación, con transparencia.

Elaborar proyectos: interés de ONG o de la gente? Los que escriben proyectos, vamos a diferentes lugares para presentarlos para que los aprueben. Después llegamos en las comunidades que tienen también sus proyectos, sus intereses. Con la APROC el Rancho (cardamomo) vino Prodeverf (UE) para certificar sin preocuparse del mercado, de la venta.

Nuestro modo de funcionar:

- hacer un diagnostico en la región (en la RBSM proteger la sierra)
- crear nuestra propia selección de áreas
 - volúmenes de producción
 - llegar a las comunidades la mejor organizadas, a comunidades con potencial de certificación orgánica lo mas ideal
- hacer inspección interna

Nuestro trabajo es hacer recomendaciones a las certificadoras “48 productores cumplen con las normas”. Forestrade no decide. Luego viene el inspector externo de la certificadora para evaluar el SIC de Forestrade, el hace un informe al comité de certificación que decide o rechaza el diagnostico de la certificadora. Forestrade actúa como asesor de los productores, como monitoreo (cumple o no las recomendaciones formuladas)

⁶¹ Se conocen también casos de dirigentes que se mostraron muy capaces y se convirtieron en intermedios independientes competidores de sus ex-organizaciones de productores.

El éxito de la región esta en:

- producir café de calidad
- El equipo técnico de APODIP viven, duermen en las comunidades, hay una relación directa toda la semana, compraron medidores de humedad y demuestran como usarlo.
- El gerente de la exportadora, Dusserldof, presta servicios a APODIP hace y enseña catación a los grupos de productores para ayudarles a detectar los problemas y ver que y como corregirlos.

El no separa el café duro del semi-duro; al contrario los mezcla según el tipo de demanda de la clientela, buscando mandar calidad. La sierra de las minas no puede dar mas calidad.

Líos con inspectores orgánicos que llegan a las plantaciones con órdenes “aquí necesitan aplicar abono orgánico, aquí hacer barreras de control de erosión”. Qué es una producción sostenible desde el punto de vista de un técnico, de un inspector, de un productor, de un universitario? Qué exigimos? Con el inspector ICS de los USA, llegamos a un acuerdo “una producción sostenible, al minimum, mantiene el sistema de producción del agricultor, no lo deja caer”. El abono orgánico es plata, tiempo para prepararlo, llevarlo a la parcela, tiempo que requiere el agricultura para ir a su parcela cultivar su maíz. Normas de erosión: la gran hojarasca producida por cardamomo es un instrumento bueno y no se mira erosión en los campos.

El sistema de producción de los campesinos de las comunidades de altura se apoya sobre 2 cultivos, el cardamomo y el café. Jugando con la variabilidad de los precios, los agricultores pueden transformar un cafetal en cardamomo y cuando el precio del cardamomo no es suficiente, establecer café en los campos de cardamomo. Durante años castigados por los intermedios que le compraba café por maíz, dejaron de cosechar su café (desinterés)

ICS (empresa USA adscrita a IFOAM) contrata Maya-cert para el café orgánico que usa su inspector externo y manda sus recomendaciones a APODIP

FLO tiene estándares sociales además de los requisitos ambientales.

Compradores de Green Mountain Vermont contrataron el CIAT en Colombia para hacer un estudio con varios proveedores de café para conocer el impacto socio-económico y ambiental de la compra de café orgánico sobre la reducción de pobreza. Desgraciadamente, no se conocen los resultados.

d) Entrevista con el gerente de APODIP (que se apoya sobre una presentación power point)

Para facilitar esta ultima visita de 3 días de encuentros, propuse una lista de interrogantes:

- a. Las principales lecciones aprendidas desde 1998
- b. Compradores: quienes son? Cuales son sus exigencias?
- c. El sistema de decisión de APODIP en cuanto al modo de repartición del bono
- d. En qué consiste la asistencia técnica de APODIP en las comunidades? Pegones principales? Como ayudan a los agricultores a cumplir con los requisitos de los sellos?
- e. Funcionamiento de la cadena, beneficio-maquilador-transporte-comprador externo?
- f. Como APODIP maneja los 2 niveles de productores, el de las familias de las partes arriba y el de las familias de las fincas comunitarias?
- g. Exclusión/inclusión. Como APODIP maneja: i) dentro de una comunidad los productores que no pertenecen al comité de comercialización, ii) las diferencias entre comunidades?
- h. Espacios de discusión y negociación de las normas, de los estandares (CLAC, ...)?

- i. Servicios ambientales producidos por los sistemas agroforestales con base a café: percepción de APODIP sobre dichos servicios? como APODIP beneficia de ellos?

Según las normas de APODIP, un socio es un miembro que entrega café con el fin de participar en la cadena de actividades del café.

APODIP es integrada por 1300 familias de pequeños productores de café ubicadas en las partes altas de las cuencas Polochic y Matanzas. Esta organizada en AG y JD que se apoyan en cada comunidad miembro de APODIP sobre comités de comercialización cuya responsabilidad consiste en:

- Velar por el cumplimiento por los socios de las normas de producción orgánica
- Realizar ante APODIP las gestiones de las necesidades que surgen del comité
- Acopiar el café de los socios, traerlo a las bodegas de APODIP, recibir y pagarle a cada socio lo que le corresponde y darle al técnico la planilla ya firmada por los socios.

APODIP prefiere focalizar sobre los jóvenes más que con mujeres

Producción de 2007-2008: 5 920 qq acopiados (correspondiendo a 921 productores), 13 contenedores exportados. En la zona de la RBSM no da mucho para crecer. Las comunidades de altura (mas de 700 m) que quedan afuera del actual APODIP son pocas (5-6). Entonces la estrategia es ir a buscar otros socios.

Calidad del café vendido de la cosecha 2007-2008: SHB (7 %), HB (36 %), SH Semi duro (48.5%), Maragotype (8.5%)

Doen Foundation apoyo y pago el traslape

Mayo 2007, TRIAS en remodelación buscaba como intervenir en el Polochic. Encajo. Convenio de 6 años con planes trienales (2008-2010 y 2011-2013). Construimos la propuesta con la Junta Directiva. Ahora la JD tiene que ir afinándola con cada comunidad.

2003-2007: APODIP era una JD + un contador!

1era AG: el 20 de julio 2008

Sistema natural, certificable, sin riesgo de contaminación, con medida rectificativas. El reto es llegar a caficultura orgánica a 100 %. Con qué estrategias?: poda conservadora, cambios drásticos perceptibles en la conservación de suelos con las certificadoras (Mayacert, ICS) “que tan necesario en sistema agroforestal hacer el tipo de conservación de suelos que recomiendan Uds. ?” Fertilidad: usar la pulpa de café con lombricultura. En los estándar ambientales, FLO no deja existir el estiércol ya hecho (solo lo orgánico).

FLO, Mayacert se vuelven más horizontal. Con FLO es mas fácil, existen foros y espacios para debatir (CLAC). FLO es realmente lo que sirve a los productores, junto con lo orgánico.

Amenazas:

- los lavadores de dólares
- FLO que forma alianzas con los grandes productores (CLAC va a buscar alternativas y estrategias de mercado para contrarrestar esta posición) .

APODIP busca Anacafé en la parte agronómica para capacitar a sus técnicos (manejo del almacigo, diferentes manejos técnicos, manejo orgánico, etc...). Después ellos tienen que adaptar estas opciones técnicos: i) al modelo de nuestra organización APODIP, ii) a los estándares del mercado.

Bolsa NY dice 700, SHB 730, APODIP paga por SHB 780

Distribución del premio (5-10 \$/qq)

La JD discute y propone 2 opciones; 5 \$ quedan a la Administración de APODIP (para completar el sueldo de sus 2 promotores, para constituir un fondo de crédito, para diversos objetivos). La otra mitad va a las comunidades productoras. Cada una lo deposita en una cuenta bancaria y decide de su uso. Unas los reparten entre todos los socios que entregaron. Otras crean un fondo propio para la comunidad (comprar insumos para los viveros de café, comprar maíz, hacer aportes a la escuela ..). Otras combinan (una parte es redistribuida entre los socios, la otra va para un fondo comunitario).

La toma de decisiones se hace a dos niveles.

Mecanismo financiero innovador dinámico y rápido. Conservacion International presta a Verde Venture. El cliente final europeo o norteamericano paga directamente su café a Verde venture que lo descuenta de Conservación.

El mercado de café tiene sus reglas básicas. Cuando abrimos relaciones ofrecemos nuestros productos, nuestro café. Si queremos entrar en los “café especiales” entonces mandamos muestras, las certificaciones con los dos sellos.

Todavía tenemos presión de otras personas, de otros proyectos, otras instituciones. Sacamos lecciones de la experiencia de las fincas comunitarias. APODIP tomó el riesgo de ayudar (pocos lo hacen) a agricultores que necesitaban y pedían apoyo al momento de conseguir tierras producto de la quiebra de grandes fincas. Cuando se sintieron fortalecidas, fueron tentadas por otra ONG por servicios que ofrece insumos. APODIP dijo “si viene para Uds. algo mejor, tómelo!”. Renunciaron a sus sellos, ahora están medio arrepentidos.

El problema de APODIP es su baja oferta, bajos volúmenes. Basta ir 2 veces al año a las ferias especiales en los USA y en Alemania. Las relaciones de confianza están establecidas.

Con un precio de 775 Qz, sacamos un margen bruto de 260 Qz. Otros pueden llegar, ofrecer mejores precios y desbaratar el proceso.

Plan de contingencias

La JD (y más luego todas las comunidades) estudia que pasaría si ocurre tal fenómeno, aplicando por cada uno indicador, acción de previsión, acción de respaldo, respuesta

¿ que pasaría si ocurre	indicador	acción de previsión	acción de respaldo	respuesta
Un desastre natural				
Una inestabilidad de los precios				
Una pérdida de la calidad				
Un incumplimiento de los socios				
Un incumplimiento de los proveedores				
Un incumplimiento de los contratos de parte de los clientes				
Una fuerte competencia en los mercados				

Presidente y gerente de APODIP salieron electos durante la asamblea de la CLAC en agosto 2008 como vocal. APODIP tiene la intención de empujar debates sobre ajustes de estándares, precios mínimos y otros aspectos.

FIPA invito APODIP; quiere que actúe a nivel nacional ¡!!!

Servicios ambientales generados por los sistemas agroforestales con base a café

- Estamos de acuerdo
- No sabemos lo que es, ni conceptualizarlos. En qué contribuyen los cafetales?
- Podemos medirlos si se hace necesario

4.2.2 ADIPSA

Entrevista con el Presidente

ADIPSA ha trabajado con analfabetismo, salud, mujeres, no hemos podido hacer todo lo que queríamos.

El campo donde hemos avanzado lo más es la infraestructura, lo que es lo más fácil. Pero el mayor éxito de ADIPSA es su programa de educación. Donde por lo general nadie invierte. Con el cual gente pudo salir del analfabetismo, cerrar su primaria, cerrar carreras a nivel intermedio y otros ingresar a la Universidad. Diez maestros han pasado por el programa de educación de ADIPSA y ahora estan en su escuela rural. Este programa ambicioso permitió además formar algunos cuadros en las organizaciones de productores; 750 beneficiarios en total con 18 beneficiados en la actualidad. Tres de ellos trabajan en la propia ADIPSA.

1996 ADIPSA trabajo con café orgánico y junto promovió la agricultura orgánica
2002

Inicia el proceso de certificación FLO y ORGANICO

Crea su propia marca de café (café Transparencia). Proyecto que surgió por la crisis. Logramos vender 150 qq pergamino tostado y molido, los productores recibían el dinero. Cuando precio convencional era 350 Qz/qq y café Transparencia era a 540 Qz, valía la pena. Pero cuando los precios del convencional superaron 540 Qz, nos fue imposible seguir vendiendo y nuestros clientes tampoco querían pagar este precio. Café transparencia dura 3-4 años (2002-2005), hasta que el café convencional supere los 540 Qz

2003

Certificamos lo orgánico. Nuestros asesores no sabíamos como entrar en los mercados, hasta que llego alguien que sabía. Ahora tenemos clientes en los USA

2006

ELAN Organic coffee USA, certificado orgánico y con Fair Trade. Se comercializa ahora 1.5 contenedor (1 C = 500 qq oro)

Vendimos el año pasado a 200 \$/qq, este año le tenemos marcado a 185 o 50 mas que la Bolsa en el momento que la Bolsa supere los 145 \$, mas el diferencial.

En la actualidad, ADIPSA trabaja con una empresa inglesa, The Body Shop. Ella está con comercio justo, compra sábila, ADIPSA es la única asociación certificada por Fair Trade. Entonces trabajamos con ellos, para 3 años.

ADIPSA tiene 26 socios, llego a tener en el 2000-2003 a 130 productores. Cuando empezamos a certificar, que el cliente no quiera dos parcelas paralelas...

La certificadora (Fair Trade u orgánico) aprueba a un productor que lleva 2 parcelas, una con convencional y otra orgánica (llena un papel para esta y otro papel para otra) pero el cliente comprador no confía en este proceso cuando lee en los papeles que el productor tiene una orgánica

y una convencional. No quiere perder su reputación porque los productores tienen producciones paralelas, el tiene una marca, una imagen en el mercado, tiene una historia empresarial .. El quiere comprar café orgánico a productores que quieren cultivar orgánico toda su vida y toda su finca. El comprador no quiere perder su fama frente a sus clientes.

Nadie se dará cuenta, ni la certificadora, ni FLO porque no están viviendo en los cafetales. Yo que vivo en medio de los productores no puedo confiar en el productor que tiene dos tipos de parcelas. El mercado de café es la comercialización mas prostituida que hay en el país. ¿ Cómo puede un productor soportar la tentación de tener un qq de a 500 de este lado y un quintal de a 300 del otro lado? Aunque sea bajo los efectos del insomnio de la blanca de la noche, lo pasa a donde esta el más caro.

El que tiene el dinero tiene la autoridad. Hay que preguntar al comprador si se puede o no y no a las certificadoras.

Hemos tenido la decisión entre los productores de que necesitamos tener plata. El agricultor me dice “de que me sirve trabajar con Uds, si vamos a tener la plata en agosto?”.

Una necesidad mayor de ADIPSA es la disponibilidad de capital para ofrecer a sus socios recursos en 3 momentos precisos del año: i) julio (gastos de mantenimiento de los cafetales, periodo de labores culturales, manejo de limpia, deshija, poda), ii) en la Navidad (para los gastos familiares; si ADIPSA no proporciona dinero, el agricultor tendrá que ir a prestar donde un usurero de dinero (que cobra con más interés) para comprar regalos], iii) en febrero-marzo al momento del entregue. Darle el sobreprecio final en mayo-julio.

Por otro lado, estos movimientos de dinero (recibir adelanto) requieren documentos que firman los que reciben el dinero. Pero la gente no está acostumbrada, culturalizada para firmar papeles. Aun así guardaría la ventaja un intermediario a la par de una organización. Sin hablar de los intermediarios que pagan en dólares ... y en dólares falsos!

Es difícil de competir con ciertos intermediarios que usan dinero de origen desconocido, que usan trampas (pesa o báscula que quitan sistemáticamente 3 lbs por saco, 15 Qz/qq, figuran que paga más que el otro; el productor no alcanza a ver esto, etc...). Se conocen casos donde los compradores se llevan la cosecha y no pagan después o solamente una parte (aun entre propios familiares). Aun con estos costos, varios productores prefieren seguir en este camino más que entrar a formar parte de una organización o en un mercado seguro como Fair Trade; no quieren que alguien se dé cuenta de lo que pasa en su parcela.

Con lo complicado que es el mercado convencional, yo recomendaría sembrar café bajo la cobija de una organización que este certificada para que su cosecha no se pierda. Lo sabe la gente pero no quiere compartir con nadie; como el café genera plata, si tu vas a vender café conmigo, yo me voy a dar cuenta cuanto café tenes y cuanto dinero vas a tener y tu vecino no tiene que saber cuánto dinero vas a hacer, cuanto es mi beneficio. Desconfianza enorme, individualismo ... “puedes hacer 13 encuestas diferentes y te saldrá 13 tipos de respuesta”, nunca te dicen cuanto. Llevamos 13 años de trabajar aquí. Por eso, aquí en ADIPSA todo es transparente. Los productores tienen una hoja detallando centavo por centavo todo el presupuesto.

El plan de negocios de ADIPSA de café para 5 años (previsión de la producción, plan de mercado, la distribución de utilidades, las nuevas orientaciones) esta hecho por los hijos profesionales de los productores (unos hijos que son maestros, estudiantes, licenciados en trabajo social etc). Yo tengo bajo mi responsabilidad revisarlo y ajustarlo.

Retomando las lecciones de la creación de ADIPSA, recursos de IICO con el UAM y con IIZ, después recursos propios permitieron crear un fondo social que sirvió para formar en la escuela a los hijos de productores; recibían una beca (parcial) conforme a la cantidad de café entregada (con comprobantes de materiales escolares, de colegiaturas, de cuadernos); a cambio los beneficiados

tenían que dar clase [a veces, el fin de semana] a los alumnos que recibían clase en el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, programa muy completo para la primaria y lo básico. Permitted un bonito empujón. Ahora tenemos estudiantes y facilitadores trabajando *ad-honorem* con nosotros. Tenemos que buscar y reforzar la capacidad instalada.

La parte caficultura de arriba, las Delicias, Albores, Carmen son Albizures, son toda mi familia (mas los del Cid, los Mendez, los Toledo) y esta parte caficultora se presta más a estudiar y es la que avanza mas. Por esto, cuando buscamos grados universitarios, ahí los encontramos. Por ejemplo, el técnico actual de Anacafé trabajo en ADIPSA, es de los cuadros formados por ADIPSA. Entonces, una Cooperante descubrió toda esta parentela contratada para trabajar en ADIPSA, no entendieron que era parte de la formación de los cuadros, dijeron que yo estaba poniendo mi familia a trabajar ahí.

Composición de la Junta Directiva de ADIPSA y el grado de parentesco.

	Representante legal (Presidente)	Director	Grado
1era JD	Toledo del Cid	Del Cid Hernandez	Primos
2da JD	Fabián Albizures	Hugo Albizures	Primos
3era JD	Francisco Arturo Albizures	Hugo Albizures	Primos
4ta JD	Juan Jesús Méndez	Hugo Albizures	Primos

En la parte baja esta el mal café y hay que trabajar con los beneficios. Arriba esta toda mi familia

En otras partes de la cuenca, ADIPSA esta menos arraigada, tiene menos presencia. Abajo esta todo lo que es seguridad alimentaria, diversificación.

Origen de la opción “café orgánico”

La AG de ADIPSA, al inicio contaba con 16 productores, al momento de hacer el diagnostico, 13 de ellos tenían café. El cooperante suizo tenía conocimiento en café y se dio cuenta que se podía promover el café orgánico. Pero no sabía certificar. Hasta que llego otro cooperante de Intermom que sabía.

Con facilidad podríamos sacar 10 000 qq o sea 20 lotes. Si yo tuviera café certificado yo podría ir a mercadear en las grandes ferias, en Alemania, en los USA. Nuestro café es bueno, granos muy grandes y de buena calidad.

Costo certificación: Maya-Cert 12 000 Qz y 2 400 €la de FairTrade / año. Hemos logrado subsidiarla con proyectos que nos ayuden; después cada socio recibe el sobre precio conforme a su entregue.

ADIPSA cuenta hoy con 20-22 socios. Su membrecía ha decrecido

Conto con proyectos

- 199?-2002: Helvetas
- 1999-2007: Intermon
- 2008 : ningún proyecto (solo 2 personas trabajaron *ad honorem* en ADIPSA para: i) dejar vivir algo de la experiencia pasada de 15 años, ii) para conseguir recursos de nuevos proyectos)
- 2009- : Cooperacció es cooperació Cataluña

Como la asociación ataca el tema del agua?

Tenemos 5-6 años (solo el año pasado no se pudo dar) que todos los años ADIPSA da capacitación a los agricultores. Este año el tema de capacitación fue “uso responsable del agua”; sin mucha bulla, un técnico elabora material, lo validamos, y les dimos a los agricultores “trabájenlo!”

El actor- la Iglesia- pudiera ayudar mucho. No ha desarmado cualquier actividad, hicimos actividades de capacitación que chocaron con las de la Iglesia. Cuando hay misa en la aldea es toda una algarabía. El cura no le interesa lo que es el desarrollo. ... Retiros ecológicos funcionaron cuando había presión de las instituciones.

Yo trabajé en la FDN, en 1992-1993

Dos personas con un rango muy bajo, eran promotores, uno de ADIPSA, otro de la FDN. Ya murieron. Eran grandes enemigos en la comunidad, se peleaban el uno al otro, competían por el liderazgo, echaron a pelear las instituciones. La FDN se ha dedicado a proteger la Reserva a capa y espada, a hacer plata con la gente, justifico un proyecto para atender al turista dentro de la reserva, las utilidades eran para la Fundación, han utilizado la gente para hacer dinero. Mujeres grupo de agro-turismo. Cualquier proyecto habla de fortalecimiento institucional pero el dinero no llega donde las instituciones solo queda en la FDN, dan capacitación pero no financiamiento. El discurso no cuaja con la realidad. Gran lío ... Mandan muchos papeles para aplicar para un proyecto de 5 000 Qz !!!

Los comités de cuenca jamás funcionaran así. No basta explicar los propósitos. Hay cañeros, ganaderos, productores de granos básicos, de café, hay una diversidad y todos estos grupos deben de estar organizados. Solo los cafetaleros están organizados. Para iniciar un comité de cuenca. Sin tener una base organizativa, no pueden funcionar los comités, ellos no pueden agarrar algo del aire.

Nosotros necesitamos resultados, pero pagar 100 000 pesos para un análisis del agua!!!. Qué beneficios va a tener la comunidad con este análisis del agua? Aquí hay unos madereros fuertes que pueden matar y la FDN no hace nada. Una señora, hace algunos años, paro un camión cargada de madera. La Fundación no hizo nada, no (la gente de la comunidad) queremos servir de carnada. La gente se enojaba porque les molestaba por botar un palito, empezaban a querer decomisarle una motosierra (estaban botando un árbol para hacer su ranchito para sembrar una milpa) y todo relajo, porque la ley así llega ...

Cuando yo trabaje en la FDN me enseñaron a hacer diagnósticos y me di cuenta que nosotros podríamos hacer diagnósticos y me pregunte quien va a hacer el trabajo de las recomendaciones? Y un amigo respondió, El Gobierno. Con el gobierno, nos vamos a morir. Entonces hagan ONG!. Quienes son las ONG? Aie, licenciados, Ingenieros, Doctores y otros ; yo apenas tenía la primaria, encontré un cuate, me dijo que podíamos hacer una asociación; una asociación es tirar ideas, buscar la cooperación, presentarles un proyecto etc, entonces dije entrémosle. La gente de las Delicias, los Albores, Hierba buena creyó en nosotros y empezamos a trabajar pero nunca hemos podido hacer un trabajo de la mano con la Fundación. Y estamos metidos en la zona desde hace 15 años y trabajamos con las bases sociales y a ellas les convendrían trabajar con nosotros; nosotros tenemos técnicos. Nunca se han acercado para decir podemos hacer tal cosa. ADIPSA es un modelo de organización en la Reserva, que se podría replicar en otras zonas; no lo van a aprovechar.

Entonces son aliados?

No somos tan claramente aliados con ellos. Ahorita estamos porque les conviene y que Byron (personaje muy abierto, muy visionario, ...) dijo que ADIPSA tiene que estar. Pero no hay comunión, nosotros somos abiertos, que vengan pero no hay voluntad. Ellos

eran miembros de un consejo de aprobación de un proyecto de nosotros y ellos se encargaron de tirarlo a la basura en vez de fortalecernos porque hacemos un buen trabajo en la cuenca y que pueden ayudarnos. Y esto para 10 000 \$!

El desarrollo sostenible se hace desde adentro; después se puede estar jalando. Por si mismo, yo puedo acompañar pero si esta persona no quiere, qué ?

Como bases sociales, el sector café y caña tienen algo y tienen gran potencial pero tiene que sumar más gente. La FDN hace investigación y la guardan.

Para el agua hemos construido más de 100 depósitos para el almacenamiento de agua (agua de techo, cisterna, utilizarla para el riego); algo que da resultados.

Hemos venido construyendo parcelas sostenibles, apoyando a señoras con arbolitos de limón un año, el otro año a construir su gallinero para que encierren su ganado menor, después una pequeña coquetera para poner a trabajar las lombrices, después a trabajar un poco con frutales y hortalizas . Esto no te lo financia un proyecto de 18 meses, eso es un proceso de una visión institucional que queremos llegar allá. Mucha cooperación no quiere compartir proyectos con otros, dicen “no queremos las mismas fotos”; es un relajo.

Doña Margarita Jimenez (en Tecuiz), nos puede decir que ha hecho con su achioté, con sus cítricos, con sus gallinas, con su coquetera, con hoyo, fosa para tirar y almacenar todos los desechos sólidos (plástico, metal, hule, vidrio) para que no estén regados en las parcelas contaminando; es un proceso de años. Es seguridad alimentaria.

4.2.3 Los Albores

Entrevista con el Presidente

Nació (es decir consiguió su personería jurídica) en 2004; en tiempo de crisis del café, nadie podía vender bien su café; ciertos productores perdieron la mitad de su cosecha. Había necesidad de unirse. Se creo la asociación para conseguir capital semilla que permitiría a sus socios: i) enfrentar la crisis de los meses de octubre a diciembre, ii) recuperar su solvencia (dejar de pasar por una persona externa que presta abonos, facilita los pagos de los gastos del ciclo agrícola pero que compra el café a precios baratos), iii) buscar nuevos compradores.

En la actualidad, los socios directos de Los Albores producen alrededor de 3 500 qq; además, la asociación acopia 3 000 qq a productores de las comunidades vecinas “a quien no les gusta encargarse de la comercialización”. Los Albores vende las 2/3 partes de la producción de sus socios directos a CAFCOM, es un café de calidad SHB. Desgraciadamente, esta empresa no da a conocer sus precios antes del 20 de enero. Es una empresa sólida, con pocas probabilidades de quebrar, trabaja con el sello de Starbucks. Paga inmediatamente, una vez conocidos los resultados de la catación⁶² (el día mismo o el siguiente), a diferencia de otros compradores que pagan 8-15 días, hasta 1 mes después. La OP manda la carga a Palin Escuintla, Cafcom manda los servicios de seguros (assurance), a veces manda policías para escoltar el furgón

Cafcom representa una empresa de confianza, ofrece buenos precios. Ella esta interesada por el café SHB. Pide estricto duro europeo y estricto duro americano. El estricto duro europeo es mas exigente (acepta un porcentaje de defectos mas bajo). En contraste, los Albores vende su café de menor calidad a Fedecocagua, la cual no esta interesada por café de calidad. Cafcom requiere volúmenes grandes. Para ganar espacio, los Albores pasa por Aspecagua (esta OP de 2do nivel da asistencia técnica, asesoramiento financiero y ella misma necesita incrementar sus volúmenes de venta. Aspecagua maneja 40 000 qq entregados por productores de 3 regiones, Huehuetenango, Jalapa, el Progreso). Los Albores es uno de los socios de Aspecagua. El presidente actual de los Albores es (o fue) vice-presidente de Aspecagua.

⁶² De su lado, la OP los Albores manda una muestra a la oficina de Anacafé que realiza cataciones. En caso de discrepancias fuertes, la asociación negocia con el comprador.

Incremento de la producción de café de los Albores:

- Antes de la obtención de su personería jurídica: 700 qq
- 1er año: 2 000 qq

Albores = 18 + 7 socios de la comunidad, al cual se suman 10 productores de las comunidades vecinas (son mas grandes). Los primeros tienen voz y voto, los segundos voz, los primeros producen 3500 qq pergamino, los segundos 3 000 qq. Su estatuto le permite vender los productos de sus socios

Albores no tiene capacidad para pagar los adelantos. Su presencia tranquiliza sus socios, “no se corre riesgos a la hora de negociar”, genera confiabilidad con los precios aceptables obtenidos y los pagos inmediatos y permite beneficiar de capacitación.

Vendió en 2007 a CAFCOM unos 5 000 qq

Los Albores no buscan vender SHB especial, “sería demasiado sacrificios para pocos servicios obtenidos”

En las actividades de capacitación, los socios se visitan entre ellos, visitan sus propios cafetales, sus cafetales, para ir mejorando sus técnicas de producción y de sus beneficios. Es una actividad impulsada por Aspecagua y también por Anacafé

Beneficios familiares. Uno recibe y proceso café cereza de 8 productores, otro de 6-7 familias

Diferencial de precio de café 20-30 Qz/qq en 2007 para un café SHB

Habilidad del socio de Los Albores encargado de la comercialización y su modo de toma de decisión⁶³ (“si ve que la bolsa en Nueva York se mueve mucho, el llama por celular a todos los socios, les presenta una opción y ellos deciden”)

La toma de decisión es siempre compleja; ejemplo: la Bolsa NY esta a 102 \$ y habia subido anteriormente a 122 \$

- se pensaba al inicio que la cosecha guatemalteca de café iba a ser mala (por lo tanto las empresas exportadoras no se llenaron y ellas jugaron con el cambio de moneda)
- no hemos vendido
- en la realidad nuestra cosecha (en los Albores) fue tardía, suerte para nosotros ya que se recupero el precio
- al final de las cosechas los compradores siempre pagan barato (en noviembre los precios son buenos, en abril no lo son)
- la asociación y los productores no pueden esperar mucho tiempo
- nuestro sueño es conseguir un comprador externo, mejorar nuestras infraestructuras en particular conseguir un beneficio seco. Pero esta inversión requiere mucho capital. Nuestra meta es ser productor-exportador con los niveles de volúmenes que manejamos. Aspecagua puede facilitar los contactos europeos.
- incrementar los volúmenes comercializados (con nuestros socios y captar de otros vecinos)
- ir creciendo con nuestros socios (los 25), aumentar esta membresía, prestar servicios (asesoramiento financiero, manejo técnico)

Dificultad para tener compradores establecidos y dificultades con Fedecocagua. Aspecagua quería vender café a Japón pero Fedecocagua bloquea. Lo difícil es tener contacto directo con compradores (Japón, Italia, quien sea...)

⁶³ El recibe 3 veces al día SMS informándole de los precios de la bolsa de Nueva York.

Starbucks viene certificar 3 productores cada año (de los 25) con una certificadora de los USA (salvo este año que fue con una certificadora guatemalteca)

Pide, por ejemplo, el establecimiento de barreras vivas cerca de los nacimientos de agua. El que fue certificado debe de enseñar esta recomendación a los que no fueron todavía certificados

Cafetales mal establecidos, sin curvas de nivel para proteger contra la erosión, nos imponen barreras vivas o muertas. Pero la erosión de suelos es mínima con esta cantidad de hojarasca.

Prohibición de herbicidas, uso selectivo de insecticidas y fungicidas.

Protección de las fuentes de agua con árboles o con árboles de porte alto

Barreras vivas de contorno de las parcelas ... nadie lo hace

Cada uno debe enseñar a los socios las recomendaciones

Servicios sociales: no tener en las parcelas mujeres embarazadas o que hagan demasiado esfuerzos, no tener niño trabajando dentro de las horas de escuela, y que este siempre trabajando con su papa o mama. También las certificadoras nos hablan de los sueldos de los trabajadores

Prohíbe extraer leña de los cafetales. Poner un rotulo diciendo “no cazar, no extraer”. Este tipo de recomendación causa impresión mala, se enoja la gente, los niños le gusta andar con su honda, es importante extraer leña. Admiten el desorden dentro de un cafetal, para que se descomponga la materia.

Lo hemos discutido con ellas pero no podemos hacer nada y no podemos perder el contrato con Cafcom. Hasta la fecha hemos tenido suerte, nos han tratado suavemente. El dialogo no se da con Starbucks⁶⁴, sino que se realiza entre Aspecagua y Cafcom y después entre Aspecagua/Cafcom con Starbucks. Por ejemplo, logramos defender las normas de Aspecagua de control de la erosión en base al grosor de la hojarasca.

Las certificadoras cambian de un año para el otro. Realizan las inspecciones entre mayo y agosto.

Si cumplimos a 60 %, pasamos

El sello no representa un adelanto económico para nosotros, solo un asunto ambiental. Don Chus (vecino de la asociación) que maneja volúmenes grandes, lleva muestra bonita, no es certificado y sacar mejores precios que nosotros Albores que entregamos volúmenes inferiores, con misma calidad y con certificación. El asunto es como vender, cuando? Al tener esta certificación Starbucks, Cafcom nos considera como clientes priorizados. La razón de nuestra unión con Aspecagua es poder entrar en el mercado.

Existen empresas exportadoras “suaves” a la hora de comprarnos el café pero no conseguimos con ellas buenos precios. Tenemos temor a las empresas que se disuelven, que quiebran.

Starbucks para nosotros es una oportunidad de negociar con Cafcom. Ella es sólida, paga (el premio de 20 Qz/qq), no sobre-paga mucho pero rápidamente. Otra empresa (como Sertinsa) paga bien pero conocemos el precio a una fecha tardía, no sabemos si nuestra muestra va a pasar o ser rechazada.

Ejemplo: Cafcom ofrecía 7.70 /lb, pedimos 7.90. Logramos 7.85. Podíamos obtener 7.90 con otras empresas pero desconfiamos. Cafcom trabaja con fincas grandes. Este año ellas se desesperaban por el precio propuesto bajo y no vendían, lo que fue útil para la

⁶⁴ El certificador para el sello Starbucks llena su formato directamente en línea, lo manda por Internet a Starbucks; una vez la información mandada, el no tiene copia de esta información ni posibilidad de conservar una copia en pdf. Desconoce las decisiones tomadas por Starbucks.

asociación los Albores. Pero si les va bien a las fincas grandes, es una situación mala para los Albores que se encuentra sin espacio de negociación.

Cafcom fue famoso en el pasado. Compraba el café a futuro (6 años); en época de la crisis de café cuando el café se vendía a 280 Qz, ellos ofrecían 650. Cuando se vendía a 450 Qz, Cafcom compraba a 600 Qz. Cuando el precio del café recupero, Cafcom se echo para atrás y dejo de comprar a futuro.

En 2007, habíamos firmado un contrato a 7.30, el precio rubio a 8.20 y entonces ningun socio de la asociación quería entregar café. Cafcom subió el precio asignado en el contrato. En 2008 (finales de enero), Cafcom quería comprar toda la cosecha a 8.20. La asociación Los Albores acepto la propuesta y paso el contrato, con la espera de la cosecha. Nosotros fuimos felices porque el precio del mercado bajo de 50 Qz.

En 2009, Cafcom no quiso, se tardo para indicarnos el precio de compra. Estaban bajos los precios. Nos dan 25 días para entregar la cosecha una vez el precio. Este año, hicimos ya una entrega a 7.95 con 15 días para entregar. Una entrega por venir esta a 7.85. El tiempo de entrega es importante; si los volúmenes son importantes un plazo largo nos da tiempo (por ejemplo, una entrega de 500 qq con 15 días de entrega, un contrato de 1 000 qq con 25 días de entrega)

4.2.4 Finca Esmeralda

Entrevista con Don Chus

Anacafé viene, señala, sugiere pero a la hora de aplicar las recomendaciones vienen los costos. La gente se decepciona. Por esta razón, la idea de pensar desde ya el “post-Cafnet” a partir de la elaboración de la propuesta “fortalecimiento del sector cafetalero...” debe reflejar el sentir de los caficultores.

La certificación con Starbucks no funciono como esperaba. Certifiqué con Starbucks, ninguna compañía compraba ni dieron incentivos mientras que yo tenía que pagar. Entraron varias empresas, trajeron papeles pero no compraron mi café. Las empresas estaban interesadas a que conectara con ellos (las certificaciones o los sellos). Yo hice letrinas, acepté fantasía (lentes, botas para los trabajadores ...), todo lo que tenía que hacerse pero a la hora de las empresas [Oro café, Unex], nada de concreto. Trabajé con UTz Kapeh durante 6 años (2000- 2006), después con Starbucks 2 años (2006-2007). Con UTz empecé un sistema de trazabilidad, seguí el proceso, pasé del nivel 1 2, pagué 1000 \$ durante 2 años y nada. Cafcom vinieron, revisaron todo lo que había hecho y no me dieron.

Aspectos culturales, económicos y políticos hacen que la gente no cree; la gente paso toda su vida en un engaño perramente, quieren ver resultados “quiero ver, quiero saber qué me va a dar,” ADIPSA no dio resultados, la gente dejo de creer.

El éxito mío con mi gente (las 150 familias que trabajan conmigo) es para ellos: i) mercado seguro, ii) financiamiento gratis, ii) precios buenos, iv) resultados inmediatos.

Financiamiento es lo siguiente: en mayo-julio, yo doy a la gente fertilizante (en proporción con la cantidad de café que me dan a la cosecha); el precio se descuenta al momento del pago de la entrega final. Doy material (nylon, lamina, saco, manguera etc...), iii) al momento de la cosecha, yo ofrezco buenos precios; me arreglo para quedarme con una margen promedia de 20 Qz/qq pergamino. Mi filosofía mística es ayuda mutua. Mi gente no ha mejorado, pues sin mentir sacar la pobreza es complejo. Mi gente (las 150 familias) no conoce el banco, ni los intereses, todo es efectivo. Se trabaja a la palabra, a pura confianza. Del mismo cuero tiene que sacar la correa. El productor no esta hecho a mejorar. Les digo “si traen solo primera calidad (no hojas, no sobre

maduro, no verde, no defectos ...) les doy 10 % mas”, no responden. Prefieren una masa verde que calidad; no mejoran la calidad. Me llevo bien con ellos desde 20 años. El problema es difícil, a familias de productores con 10 hijos les hice letrinas y no la usan. Viene el sacerdote de la Iglesia y no aprenden. Plan Internacional vino aquí, entrego laminas, nadie ocupa (solo la palma).

Tengo que ser competitivo

Hoy recibo 500 qq de las partes de arriba (altura), imposible averiguar cada saco, en el tanque se ve la calidad real. No se puede hacer (como en C Rica) quitar al momento del entregue a cada productor tanto por verde, tanto por broca, tanto por ...

Las 150 familias entregan 3 000 qq pergamino

Don Chus y su familia producen 5 000 qq

Don Chus compra afuera 16 000 qq

Logramos cambiar el medio ambiente. La FDN al inicio contrato gente que no convenía. Se produjo conflictos (hasta pleitos con balazos)⁶⁵. Después la Iglesia propuso retiros ecológicos y pecados ecológicos. Se realizaron unos 500 encuentros ecológicos. Así la mentalidad vino cambiando poco a poco. El camino es lento pero estoy satisfecho. Muchas veces la gente se repliega hacia su organización, ve solo a su interés, (pone adelante su institución) sin querer trabajar todos juntos. Ahora debemos de trabajar la mentalidad “del todos”.

Se puede sembrar en los cafetales árboles que sean de valor, que produzcan leña. Pero el productor que no vive del café, quita el palo, lo bota.

De las 150 familias que trabajan conmigo, 10 % van para calidad

Yo viví un tiempo en los USA. Participo aquí en las Jornadas medicas. Yo organizo la gente. El primer director de la FDN (2004-2007) hizo un trabajo excelente, convoco a la Iglesia, formo una red interinstitucional integrando el equipo de guarda-bosques; los rótulos “con la voz de Dios” le llega a la gente. Fue muy bueno, trajo un perfil bajo muy estratégico, quito el temor. En los primeros tiempos (2000-2004), la FDN puso gente interesada por el poder que aplicaba muchas restricciones, prohibía, andaba con ordenes “no me bote este árbol”, amarraron gente por cortar un árbol. Produjeron efectos muy negativos. Carlos Mauro apoyo los retiros ecológicos.

Certificación funcional. No conozco a nadie, a ninguno de todos mis amigos, que me haya dicho “yo me favorecí con este o con el otro”. A veces el que más se beneficia es cuando vende a futuro. El pez mas grande siempre se come el mas chiquito. El proceso es lento. La exportadora necesita requisitos (tener una fianza que sirve como referencia, financiamiento para tener furgones etc). Las empresas no favorecen la penetración de los sellos. Manejan a los que les venden, les desinforman, tienen sus clientes amarrados. Cafcom quería someterme; tiene personal que ayuda a certificar, ella dio la información a Cafcom “Don Chus es conforme con lo requerido por la certificación”. Café Practices tienen requisitos mas exigentes, la trazabilidad. No entiendo, son muy exigentes. Seguir el dicho “no cazarme con ninguno y no me quita camilla”. El sello es un gancho. Oro café, Unex estan interesados. UTz vinieron a visitarme, vieron el beneficio, los aspectos sociales, los del medio ambiente. Con Cafcom, primero certifiqué el beneficio.

Aquí tenemos: estrictamente especial duro, estricto duro, semi duro en las partes bajas

Yo sé como hacer para cumplir con todo lo pedido (separar lotecitos para controlar, por lotes de 500 qq) pero económicamente no conviene. Cuando ya tengo listo 500 qq, yo vendo, no quiero guardar. Mi interés es de mantener funcionando mi sistema.

La calidad es un financiamiento extra. Pero ... ADIPSA, hubo años con buenos precios y pago a los 4 meses al productor que aguanta hambre. El sistema es diferente.

⁶⁵ Sin embargo, la FDN nunca encarcelo a nadie; lo mas que hizo fue hacer denuncias.

Las asociaciones de productores empezaron con poco a poco. El mercado requiere volúmenes, la unidad de base es 500 qq oro. Nestlé AAA dice “yo me interesaría a comprar su café pero necesito volúmenes”. Los 3 elementos básicos son: volumen, calidad, continuidad. Si solo trabajaría con mi café (el que produzco y el de mi familia vecina), pero con el café de mi gente (las 150 familias) es difícil. Yo conozco mi gente, no es leal, siempre habrá 1 de 15 que va a engañar, arruinar al grupo, va a meter café húmedo en el costal. Este necesita ser muy meticuloso.. Certificar requiere ser más estricto.

Starbucks maneja solamente Estricto Duro. Las otras calidades van por otros compradores. Esto significa una re-organización del funcionamiento interno de un grupo, de una asociación, de una cooperativa.

El consumidor exige y escoge una exportadora

El proceso de cambiar (con mis 3 000 qq + 5 000 qq) requiere una remodelación del beneficio, para diferenciar la calidad y es costosa (un productor no puede pagar 100 000 Qz)

Los productores tienen 20 años de entregarme su café y no les interesa cambiar. Aun si un sobre precio de 6 \$ motiva.

Tengo mi grupo, puedo garantizar volumen (5 000 qq) de calidad y de manera continua

El coordinador regional de Cafnet:

Ud. tiene potencial de 3 000 qq adicionales pero este necesita arreglar el beneficio, garantizar un sobre precio, trabajar con una exportadora Ver el caso de ECOM Costa Rica con APOT. La empresa ECom apoya al productor, pone plata, facilita la capacitación (para esto establece relaciones con el equipo técnico de Cafnet para que preste asistencia técnica). Después vende el café verde oro a Nespresso. Ver si este esquema aplicara a Ecom-G

Organizarse me da miedo de perder familias en el camino (por las exigencias)

Supongamos que Ecom-G le proporciona un sobre precio de 6 \$/qq con el sello Starbucks, yo tendría que ir poco a poco, garantizarle 4 000 qq el 1er año, 5 000 qq el siguiente, 6 000 el 3er año. Para esto, tengo que reunir mi gente “yo les ofrezco este espacio ...”

Don Chus creo en San Agustín en 1988 el NUFED número 14 pero el Ministerio de Educación echo a perder

Un tostador francés, por contacto del NUFED, vino aquí 3 veces (hace 3 años), armo un proyecto para transferir el bono, era un proyecto excelente. Discutimos como preparar el café, le puse los “peros”

El productor no tiene contabilidad. Quien pague los impuestos (solo yo?) el IVA es alto. El productor se beneficiara pero a costo de mi bolsa .. no! Impuesto sobre la renta ICR 31-5. Tenemos que buscar otras maneras, no puedo pagar por ellos. Tengo que ir viendo la manera sin salir perjudicado. Si se firma el contrato, qué obligatoriedad para mí? La gente me ha sido fiel, no puedo obligar a que me entreguen. Los intermediarios pueden ofrecer sobre precios de café con un dinero de origen desconocido

Pregunta dirigida para Don Chus a los visitantes: ¿ Ud. ha visto en Costa Rica un beneficio directo de los sellos para los productores, por ejemplo con los grupos Cafnet que pueden vender a Nespresso? Su nivel de vida ha mejorado con su diferencial obtenido?

4.2.5. Entrevista con un productor joven en Hierba buena

El papa cultiva 3 Mz y el 2 Mz en Hierba buena (1400-1500 m) y compra estiércol

Siembra Catura (con buenos rendimientos los 1eros años); siembra Cubano: le gusta granos gran tamaño, hijea bien y es mas cargado

Los agricultores podan cada 10 años los productores!!!

FLO puede pagar un sobreprecio hasta de 150 lo que es bueno (pasar por ejemplo de 750 a 836) pero los requisitos son difíciles y la tardanza del pago es grande, hasta 4 meses (mayo-junio) y tenemos que buscar dinero prestado. Soportar este atraso es sobre todo difícil el 1er año.

Hizo un vivero con Tephrosia y Crotalaria como sombra pero no desarrollaron, no funcionaron. Tiene que sombrear con un techo. El almacigo cuenta con 2000 plantitas sembradas en bolsas llenas de lombricompost (+ fungicida de orina y abono foliar orgánico); servirán para ½ Mz (siembra en junio-julio).

Produccion

- 2004: 110-120 qq
- 2005: 140 qq
- 2006: 70 qq (realizaron una poda drástica y pasaron al orgánico, “nos descuidamos”)
- 2007: 107 qq
- 2008: 110 qq
- 2009: mantener los mismos niveles e ir mejorando poco a poco

Proceso de cosecha

- tienen un beneficio ecológico familiar (2 hermanos + 5 vecinos), despulpan, secan en el patio, entregan a ADIPSA que lo pasa a su beneficio seco en Villan??, lo carga en un barco para exportarlo hacia su comprador, ELAN en los USA.

Trabajo en la elaboración del plan de negocios, es secretario en el grupo Café de ADIPSA de la comisión “control y vigilancia”.

Cada productor paga la certificación para ELAN. Antes los proyectos (Intermom) pagaba estos costos. Ahora no.

Después de quitar los gastos de administración, de transporte, de maquila, de beneficio, queda un sobre precio de 150 Qz/qq

Para el, convencional “si aplicas abono un año y nada el año siguiente, la cosecha se va para abajo mientras que con el orgánico se mantiene. Orgánico o a la mano de Dios o sea natural?

El productor no se anima a trabajar en grupo. No le gusta establecer un día de acopio (lo que significa bajar a la bodega en San Agustín), no le gusta pasar tiempo en reunión (como aquella para establecer el plan de negocios), huyen los días de vehículo. Los jóvenes poco participan, pues sus papas no los dejan. No les gusta preparar abono orgánico (dicen por el olor, el trabajo que hay que realizar)

Bocashi: estiércol de ganado (comprado en las fincas de abajo o del Petén 30 Qz/saco de 100 lbs), pulpa de café, levadura de arroz (conseguida en las tiendas), carbonato de calcio,

miel (panela que se deshace, comprada en los trapiches de las moliendas), carbón. Resulta que el abono orgánico es mas barato que el químico.

Los jóvenes: pesado el trabajo de la agricultura, van a estudiar y muchos no tienen tierra. Johny es maestro en las Culebras (o Brisitas) : 30 niños de los 6 grados. Mañana en la escuela, tarde en el cafetal, noche o fin de semana tecleando la computadora para su trabajo de secretario de comisión en ADIPSA.

Productor se da cuenta que café vale, con precio de 750 es aceptable. Costo de producción es 450.

Los árboles son importantes para controlar la erosión, facilitar la infiltración y mantener los nacimientos. Sin bosques, con solo potreros se producen correntadas. El Río Aguahiel se llena, se crece porque no hay bosques; aquí los ríos no crecen recios.

Protección de los bosques existentes. Caso de un vendedor y un comprador. Un señor, en 2007, quería cortar un bosque con licencia de la CONAP. Nos juntamos, los del COCODES y hablamos con comprador-vendedor, aconsejándoles no vender y no cortar para no tener problemas. Nosotros tampoco queríamos tener problemas. El quería vender su madera pero su terreno afectaba 17 vertientes. Argumentaba que estaba acostumbrado a hacer lo que quería. Vino otro comprador, nos enteramos y les dijimos la posición que tenía la gente de aquí. Esta segunda vez, vino gente de otras comunidades para hablar con ellos y decirles que si necesario a la hora de la hora, vendrían mas personas. Y como solo un camino baja hasta Llano de Jesús, el corría el riesgo de perder su camión y carga (quemado). Para sacar madera se necesita autorización de la FDN

Existen comunidades que siembran bosque de pinos

4.3 Términos de referencia de la misión

Misión de apoyo « OP y normas » al proyecto Cafnet en Guatemala -términos de referencia-

I Antecedentes

En julio 2008, se firmaron dos convenios de cooperación técnica entre: i) Anacafé-Catie y ii) entre Fundación Defensores de la Naturaleza-Catie, para la ejecución del proyecto Cafnet. Se conformaron las diversas instancias: Comité Directivo para la coordinación interinstitucional, Equipo técnico para la parte operativa.

La zona de intervención de Cafnet en Guatemala es la parte de la cuenca del Río Hato ubicada en la zona de amortiguamiento de la Reserva de Biosfera Sierra de las Minas (RBSM).

Después de un primer trabajo de levantamiento de información (informe de base de 2007), el proyecto entra en su fase de ejecución en la zona piloto, iniciando con un taller de arranque (22-25 septiembre 2008).

Dentro de los temas del plan de trabajo que impulsa el proyecto Cafnet esta el fortalecimiento de capacidades de los actores. Los dos convenios Anacafé- Catie y Fundación Defensores de la Naturaleza-Catie, señalados anteriormente lo mencionan.

Dentro de los actores están las instituciones, los operadores de sellos y los productores con sus organizaciones. Para la primera categoría, Fundación de los Defensores de la Naturaleza está actuando desde su creación, Anacafé reconoce las Sierras de las Minas como un área estratégica para sus acciones. En cuanto a los sellos, en el pasado varios de ellos [Rainforest Alliance, UTZ, Starbucks] incursionaron en la zona pero sin muchos frutos; hoy en día, algunos de ellos (Nesspresso, ...) buscan grupos de productores con capacidad de entregar con constancia volúmenes determinados de café de calidad. En cuanto a las organizaciones de productores, la información disponible sobre su actuación en la zona de amortiguamiento de la RBSM es escasa.

Dentro del marco del proyecto Cafnet, el equipo Cirad se encarga del análisis de los “Impactos de los certificaciones sobre los actores de las agrocadenas de café y de la repuesta de los productores y sus organizaciones a dichas certificaciones”. En este contexto, el equipo Cirad realiza una primera misión en Guatemala, centrada sobre el análisis de la “estrategia de las organizaciones de productores frente a las certificaciones ambientales”.

II Objetivos

General

- analizar las posiciones de los productores y de sus organizaciones así como sus estrategias frente a las certificaciones ambientales propuestas (indiferencia, interés, aceptación, apropiación, adaptación, ajustes, dificultades encontradas para desarrollarlas, etc...)

Específicos:

- Tener una visión de la problemática general de la RBSM y, en particular, del posicionamiento de las organizaciones de productores [OP] frente al papel de la caficultora y en respeto a su contribución a la producción de servicios ambientales
- Identificar las Organizaciones de productores existentes en la RBSM

- Identificar y analizar las dinámicas de adopción de sellos en la RBSM (incluyendo la cuenca del río Hato, zona piloto del proyecto CAFNET)
- Ubicar la problemática de la microcuenca de Río Hato dentro del marco global de la RBSM y de la estrategia: i) de los encargados de esta Reserva (en particular Defensores de la Naturaleza), ii) de la diversidad de actores que proponen servicios ambientales. Con énfasis en la participación de las OP
- Caracterizar y analizar las estrategias de los productores y de los actores de la agrocadena de café en la zona de estudio frente al proceso de certificación
- Examinar elementos de respuestas al interrogante del evaluador de la Unión Europea (sept 2008) de Cafnet sobre la estrategia para reforzar la capacidad de los actores para que apropien de los resultados del proyecto y consigan mejores remuneraciones”

III Productos:

- o una devolución de los resultados de la misión al equipo técnico y Comité Directivo
- o un informe de misión incluyendo el análisis de las estrategias de los productores y de sus organizaciones frente a la certificación y una propuesta de seguimiento para el componente “apoyo a las organizaciones frente a la certificación en la zona piloto”.

IV Propuesta de actividades:

- Consultar la bibliografía acumulada y disponible, por ejemplo :
 - o Informes sobre la zona piloto Guatemala del año 2007
 - o Martin, E. 2007. Local knowledge of Biodiversity and Water Conservation within Multi-Strata Coffee Agroforestry Systems, River Hato Watershed, El Progreso Department, Guatemala. Master Thesis. University of Wales.
 - o Síntesis de los principales resultados de los trabajos realizados dentro del plan maestro de la RBSM (2002-2008).
- sesión de trabajo con los firmantes de los convenios:
 - o Defensores de la Naturaleza
 - Temas de trabajo:
 - Objetivos y metas actuales de la RBSM en su globalidad? Evolución desde 1995?
 - Características principales? Complementariedad entre los objetivos de Cafnet y de RBSM?
 - Papel y funciones ambientales del café en la RBSM? [En qué la presencia del café facilita u obstaculiza las metas de la Reserva? esta afectando el medio ambiente ? qué seria en la RBSM una caficultura amigable con el medio ambiente?] Utilidad/apropiación de los resultados generados en la cuenca Río Hato para el conjunto de la RBSM?, etc.
 - o Anacafe
 - Temas de trabajo: similares
 - o Cafnet/Catie
- Reuniones individuales. Objetivo:
 - afinar mi percepción de la problemática de la RBSM y del sitio de intervención de Cafnet
 - presentar el trabajo propuesto por la misión y recoger sugerencias (análisis de la metodología de trabajo de la misión, discusión, sugerencias).
- sesión de trabajo con el equipo técnico:
 - primeros intercambios sobre la problemática de la RBSM y del sitio de intervención de Cafnet

- información sobre los resultados y eventos organizados durante el cuarto trimestre 2008 (por ej., taller “protocolo de evaluación de servicios ambientales” etc).
- Reuniones de trabajo con:
 - diferentes OP
 - diferentes certificadores (dentro o fuera de la zona)
 - diferentes compradores (de café y de otros productos de la zona de amortiguamiento como madera, ...)
 - colectividades locales
 - proveedores de servicios ambientales que ofrecen otros mecanismos (por ej. Fondo de Agua)
 - Universidad Rafael Landívar / Instituto de Investigación Ambiental (si la disponibilidad de tiempo lo permite)
- Visita e intercambios con varios productores, de diferentes tipos (sistema de café viejo o recién, agricultores jóvenes o viejos, perteneciendo a diferentes OP o individuales ..)
- Sesión final de trabajo colectivo con el equipo técnico : restitución, debate, reflexión sobre el seguimiento

De ser posible, JF Le Coq participaría también en esta restitución (y en los últimos días de la misión).

V Fechas tentativas

- 14-29 de enero 2009

Anexo Hipótesis de trabajo

Hipótesis 1:

Trabajos de investigación realizados en otros países centroamericanos sobre las estrategias de comercialización de Organizaciones de productores⁶⁶ (OP) sugieren una tipología de estrategias de OP. Por ejemplo: i) pequeñas OP y con dificultad de funcionamiento, ii) pequeñas OP apuntando fuertemente sobre la calidad de los productos que comercializan, iii) OP funcionando de manera empresarial insertadas en el mercado internacional, con buen dominio de los procesos de certificación pero con riesgo de desconexión de sus socios, iv) OP funcionando de manera empresarial mal insertadas en el mercado internacional y bien conectadas de sus socios, v) OP tipo empresa suministrando servicios múltiples.

La hipótesis es que la RBSM cuenta con una diversidad de OP en toda su zona de amortiguamiento. Resulta importante conocer la existencia de estas OP, su dinámica y sobre todo sus estrategias. Se podría ubicar las OP de la cuenca Río Hato en comparación con ellas, afinar la estrategia de intervención de Cafnet, comparar con las dinámicas de las OP de los sitios de intervención de Cafnet en los dos otros países centroamericanos.

Hipótesis 2:

El tema de las normas/sellos (su aparición, su introducción, implementación eventual) es un asunto de los no-agricultores, un asunto “externo y “ajeno”; muchos de los campesinos desconocen este tema (desconocen hasta en que sello pertenecen). Puede ser también que otros mecanismos sean para ellos mas incitativos (el sistema de fondo de agua, el sistema de reforestación, .. ; es decir incentivos forestales que no sean totalmente ligados a la caficultura ni a la calidad del café a través las normas). Por lo general, la mayoría de los estudios reflejan puntos de visto de los “otros”, los “no-agricultores”. Esta misión ayudara a tener un poco mas clara la visión de los agricultores; en concreto:

- Tener una idea de la dinámica de la caficultora en la RBSM (incluyendo el sitio de intervención de Cafnet)
- Tener una idea de la realidad de los sistemas agroforestales existentes
- Tener una idea aproximativa de la entrada de las normas en el panorama (cuales normas? desde cuando? Para qué resultados? causa de fracaso? dinámicas comparativa ?)
- Identificar la posición de las OP frente a este panorama (se escapan, tienen miedo, indiferente, entran pero a pasos lentos, entran con motivación y fuerza, entran y salen después, unas se apropian, combinan diferentes sellos, ...)
- Par cada categoría, examinar las consecuencias de esta posición (unas establecerán un sistema interno de control, una socialización de esfuerzos, otros revierten el esquema y proponen/venden servicios ambientales, o ambos ...). Ver la hipótesis anterior

Hipótesis 3:

Frente a tal desconocimiento de las OP del asunto “sellos”, certificar se vuelve un asunto de los compradores. Cada quien va con su sistema ; dicho sistema no complica en ninguna manera la vida de los agricultores (solamente algún ajuste específico para adaptarse a los requisitos y tampoco les aportan mucho por el momento).

Para algunos vendedores y exportadores (o importadores de café) la zona de amortiguamiento de la reserva RBSM representa una cantera donde pueden abastecerse con café de buena calidad y, así, ocupar mejores espacios en los mercados, vendiendo las imágenes de una

⁶⁶ Esto incluye: organizaciones de productores dedicadas exclusivamente a la caficultura, organizaciones con objetivo principal diferente en las cuales los productores de café juegan un cierto papel (por ej. Comités de cuenca), etc.

RBSM. A una escala bien menor, algunas OP respaldadas con algunas instituciones de apoyo llevan el mismo pensamiento: puede ser una oportunidad y hay que aprovecharla.

De su lado, los promotores y portadores de la RBSM (Fundación Defensores de la Naturaleza) tienen opciones bien específicas para toda el área:

- evitar los incendios forestales (su personal principal son los guarda-bosques), la deforestación y caza ilegal, las invasiones de tierra, la construcción de represa (tal vez), etc... Su preocupación es doble: i) aplicar la ley para los que siguen con sus practicas erróneas, ii) educación ambiental
- puede ser también que su preocupación sea ver como las nuevas normas pueden ser adoptadas por la gente, de preferencia de manera suave (consensuada, participativa) y no impuesta. Cuadros y/o responsables de la RBSM muestran preocupación para el proyecto Cafnet, se interesan en el tema de los sellos como una opción para amortiguar la presión sobre la RBSM, ven algún futuro para este tema.

Obviamente son esbozos de hipótesis de trabajo; se interconectan entre ellas. Serán discutidas y debatidas durante la misión.

4.4. La aparición de los sellos en Anacafé

Entrevista con Edgar Lopez.

El tema de los sellos apareció en Anacafe en 1996. Un productor llegó a Anacafe para ver si podía certificar su café como orgánico; no había ninguna agencia nacional de certificación. Ningún técnico de Anacafe sabía sobre el tema. La institución mandó 3 de ellos a Chiapas Mejico para que fueran a conocer. En 1999, con el apoyo de AID se publicó el libro “el café orgánico”. Anacafé no impulsaba café orgánico; todo el café nacional se cultiva bajo sombra; para ella no existía razón de impulsar el café orgánico. Sin embargo, se movilizó y a través/con Agexport se logró exportar café orgánico, aun con la ausencia de agencias de certificación nacionales.

En 2002, Agexport impulsa los cafés diferenciados (orgánicos y los otros) y los coloca en el rubro “productos de exportación no-tradicionales”. Consideraba que era una salida elegante. Muchos productores tenían muchas reservas sobre estos trabajos de certificación que expongan sus propiedades a cualquier circunstancia, por temer a dejar entrar gente ajena en sus propiedades, por los aspectos sociales de varios sellos.

Los sellos produjeron resultados positivos para las empresas cafetaleras (por ejemplo las buenas prácticas agrícolas). Anacafe dejó los aspectos sociales a la responsabilidad de los propios productores. El sello era visto como una cierta obligación. Muchas empresas hicieron algo, obras sociales, aportes en la educación, mejores salarios a los trabajadores, etc..

En los años 2001-2002, Anacafe empezó actividades de capacitación. Fue una sorpresa, muchos productores vinieron, llenaron el salón del evento de la sede y se tuvo que repetir la capacitación. La Junta directiva tomó el tema en serio y formó una comisión dentro de la JD llamada “sellos y certificación” que se transformó en “cafés sostenibles”. Se armó un plan de capacitación con el apoyo de UTz Kapeh, Rainforest, Mayacert, con el propósito de : i) estar al tanto del contenido de todos los sellos, ii) de contestar a la demanda de las cooperativas, de los grupos informales, de las empresas cafetaleras, iii) de reducir el tiempo del inspector en una empresa cafetalera y así el costo de producción. Muchas empresas empezaron a aplicar. Con la crisis del café, los sellos aparecieron como una salvación, un valor agregado, una posibilidad de obtener un “mejor” precio. Con el transcurso del tiempo, el precio del café recuperó. El sello dejó de ser un negocio. Se dieron cuenta que el sello induce a poder optimizar la caficultura, sobre todo en condiciones de recursos limitados. El sello ayuda a mejorar el manejo agronómico, permite pasar de la productividad a la empresarialidad (que incluye el concepto de calidad). El sello ha venido a ser una muleta más para obtener café de calidad. Anacafe se estructuró para dar asistencia técnica y capacitación para ir detrás de esta búsqueda de calidad. La cooperación española dio financiamiento para implementar beneficios ecológicos (recirculación de agua, tratamiento de aguas miel), para establecer certificaciones.

Se delegó la responsabilidad de las capacitaciones a las regiones. Salio el libro “Certificaciones y Sellos. Guía de conceptos básicos”

Empresas exportadoras tienen su personal propio que se encargan de las certificaciones.

4.4. Maya-Cert

Entrevista con el Gerente Administrativo

Maya-Cert nace como empresa en 1998. Es el producto directo de Altertec, ONG guatemalteca creada en 1990 que trabajo y fomento la promoción de modelos tecnológicos alternativos, abarcando los 18 departamentos de los 22 que cuenta el país. Trabajaba en 3 líneas (capacitación, comercialización de los productos, certificación).

En los años 1998-2000, la certificación no era negocio del cual uno podía vivir. Desde 2001 Maya-Cert posee la acreditación para la UE, desde 2005 para los USA (NOP) y para Japón (JAS). En 2001, Maya-Cert inicio con UTz Certified, en 2002 con Starbucks.

Para Maya-Cert trabajar con los sellos “agricultura organica”, UTz Certified es mas sostenible que con Starbucks, donde debido a los volúmenes grandes manejados, la competencia es mayor.

Uno de los meritos de Maya-Cert es, por haber iniciado hace 11 años, cuando no existía agencia certificadora nacional, haber convertido las normas a un lenguaje guatemalteco, adaptado las normas a la situacion nacional.

Para Maya-cert el problema o dificultad es menos el código que el producto. Reconoce que los requisitos de los sellos son parte de la vida, que cualquier procedimiento es una traba. Centro America es una sociedad acostumbrada a no cumplir ciertas reglas del juego.

Recuerda que no se debe confundir sello con precio. El primer limitante es la actitud; hace la distinción entre agricultores de convicción y los de condición (condicionados por una moda, por buenos precios, por ...). Una vez auto-convencido, uno se capacita y adquiere aptitudes para implementar, impulsar el tipo de agricultura que le gusta.

Ref: www.mayacert.com

4.5. Sello UTz Certified

Entrevista con Enrique Abril

UTz que interviene a partir de 2008 en otros rubros que café (té, banano, cacao, palma aceite, biocombustibles, soja, etc...) trabaja en base a una demanda de parte o de la industria o de los productores (que sean individuales u organizados, cualquier sea el tamaño del grupo o de las fincas, la altura, la extensión de los cafetales, desde 2000 ha hasta 50 arboles - en Africa-) . A partir de lo pedido, busca los productores que estarian de acuerdo para ofrecer y responder a la demanda, inicia con un diagnostico de las fincas para ver en qué aplicar un plan de accion correspondiendo a los 3 pilares (social, ambiental, economico) del Codigo, contrata agronomos independientes que dan asistencia tecnica. El productor cumple mas o menos rapido, en funcion de su motivación, los diferentes niveles del Codigo, solicita que se lo certifique y después busca el mercado. El productor acepta el reto.

UTz Certified no tiene suficiente recursos por incursionar mas en la Industria (o sea la demanda), no existe sobre vendido (por 3 partes certificadas, 1 es vendida).

En Guatemala, 25 cooperativas de Fedecocagua (de las 180) tienen certificación UTz Certified y un conjunto de fincas independientes.

El primer coordinador de Cafnet informo a UTz Certified para examinar su posible incorporación. En la actualidad, no esta operando en la zona de la RBSM porque no hay demanda ni de la Industria, ni de los productores.

UTz Kapeh nacio e inicio en la zona del Polochic, en Alta Verapaz, con un programa piloto en Senahu. El potencial de la zona era alto con buenos volúmenes (20-30 000 qq). No dio seguimiento con los efectos de la crisis (abandono de cafetales, café de bajura, infraestructuras viejas...).

Hay casos donde la industria pide café UTz Certified (por el componente social) + orgánico.

4.6. El proyecto Gobernabilidad ambiental del MARN/PNUD

El proyecto 6-6-6 trabaja en 6 cuencas de 6 municipios perteneciendo a 6 departamentos que componen el Corredor Seco. Dentro de los departamentos entra el Progreso

Presentación del proyecto Cafnet a los responsables, delegados de los departamentos donde se va a implementar el Programa Conjunto PNUD/MARN.

Byron Medina recuerda que la sub-cuenca Río Hato fue escogida en Cafnet por su alta biodiversidad y conectividad. Es una zona amortiguamiento del café, pobreza, gente de escasos recursos utilizando leña, caficultores contaminan diferentes escenarios de la cuenca del Río Lato.

80 % del proyecto PNUD se va a ejecutar en Baja Verapaz. B Medina pregunta: “como unirnos a estos esfuerzos. Como hacer? Como potenciar? Incorporar a mas? mejorar la institucionalidad MARN?”

Discusión

- Conocimiento local. Seguir el razonamiento de los productores que explican a partir de sus conocimientos y percepciones sobre el funcionamiento de los arboles (como fertilizadores, como beneficios para otros arboles) nos permite a nosotros los científicos mejorar nuestro dialogo e intercambiar de ideas; al mismo presentarles nuestros conocimientos sobre los árboles nos ayudan a precisar, a ordenar, a explicitar nuestras ideas.

- Aspectos sociales (migración interna a momentos de cosecha) sobre el impacto de la salud ambiental de los migrantes (uso de endosulfan; impacto?]: ¿ en alguna parte del mundo existe información al respecto. Algunos sellos tienen requisitos sociales

- Cultivo poco rentable: 900 a 500-400 cambiando el café por ... Perdimos fauna, flora, contaminación agua subterranea

Crisis mundial economico puede invalidar todo nuestro conocimiento acumulado, salida del café llega tal vez quitar el poste (café), menos gente consumidor de los paises ricos comprando café. Alternativas seria basar en dano ecologico y recuperacion via SAF, via otros cultivos con poca investigación que son materia prima y no poste (), pensar en alternativas ecologicas. Efectos ambientales pero tambien efectos socio-economicas (perdida de empleos (30 % café)

- Huella de café D.O.C.

- Evolucion de la tecnologia de acuerdo a las características del pais. Beneficio humedo. Aquí el secamiento se hace en el lugar mismo. Se logro generar humedo beneficio basado 3000 L/ a 30 L pour sistema de recirculación, y manejo de mucielago en seco. Minimizar el uso de agua + reciclaje

- Componente turistico; de lugar sucio el beneficio se convirtio en algo atractivo ‘coffee tour’

Mas la parte micro hidroelectrica, para generar energia de estos complejos turisticos. Guatemala combina parte turistica, pare energetica, calidad para ser competitivo

- En Marn, convenio Marn-Anacafe con 2 componentes: i) diseno del cinturón cafetalero: cuidado de suelos, ii) conglomerao de reservas privadas naturales. AL unificar los mapas, vemos un segmento corredor donde se puede hacer todas estas asociaciones, disenar integral todols los componentes (agricola, energia). Como rellenar los intersticios

- Ejemplos de pagos por servicios ambientales: i) Iniciativa 3 anos de esquemas de PSA en Zacapa WWF Care sin ejecutar Cuenca Pasabens, ii) San Jeronimo

- Intentos: i) Incentivos forestales (tipo Chile, como estuvo en C Rica), ii) Servicios electricos dan compensaciones a la gente de la comunidad, da algo de trabajo pero no es PSA

4.7. Bibliografía consultada

- Entre Pinos y Cactus. San Agustín acasaguastlan: un perfil. Claire Ellis & Tom Taylor. Septiembre 2007.
- El rol de las organizaciones comunitarias en la lucha para el desarrollo sostenible en la Guatemala Rural: un estudio de caso de ADIPSA. Alasdair Cunningham. Marzo 2005
- Plan Maestro RBSM 2002-2008
- Plan Maestro RBSM 2009-2013
- Anacafé. Certificaciones y Sellos. Guía de conceptos básicos. sf
- Caracterización de la cuenca del Río Hato
- Fedecocagua; pagina web
- Aspecagua; pagina web
- Estrategias de las cooperativas cafetaleras frente a los sellos ambientales en Costa Rica. G Faure, JF Le Coq. Cirad; enero 2009.
- Estudio centroamericano de certificación de café. Situación actual del café certificado. Preparado por EMA Energia, Medio Ambiente y Desarrollo SA. PROARCA/CAPAS Julio 1999
- C.Montagnon (éditeur scientifique). Cafés: terroirs et qualités. CIRAD 2003
- Martin, E. 2007. Local knowledge of Biodiversity and Water Conservation within Multi-Strata Coffee Agroforestry Systems, River Hato Watershed, El Progreso Department, Guatemala. Master Thesis. University of Wales.

4.9. Acrónimos

Acrónimo	Explicitación
ADIPSA	Asociación para el desarrollo integral de San Agustín Acasaguastlan
ANACAFE	Asociación nacional del café
APODIP	Asociación de productores orgánicos para el desarrollo integral del Polochic
Aspecagua	Asociación pequeños caficultores de Guatemala
CAFCOM	CAFCOM S.A., exportadora
CAFNET	Connecting agroforestry Systems with market.
CATIE	Centro de agronomía tropical para la investigación y la enseñanza
CGCJ	Confederación guatemalteca de comercio justo
CIRAD	Centro de investigación internacional en agronomía para el desarrollo
CLAC	Latin America & Caraipe Network of Small Fair Trade Producers
ECOM	ECOM Agroindustrial Corporation Limited
FDN	Fundación de Defensores de la Naturaleza
Fedecocagua	Federación de cooperativas caficolas de Guatemala
FIIT	Fundación interamericana para la investigación tropical
FLO	Fair Trade Labelling organisation.
INAB	Instituto Nacional de los Bosques
MAGA	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MARN	Ministerio del Medio ambiente y recursos naturales
RBSM	Reserva de la Biosfera Sierra de las Minas